

BAB III

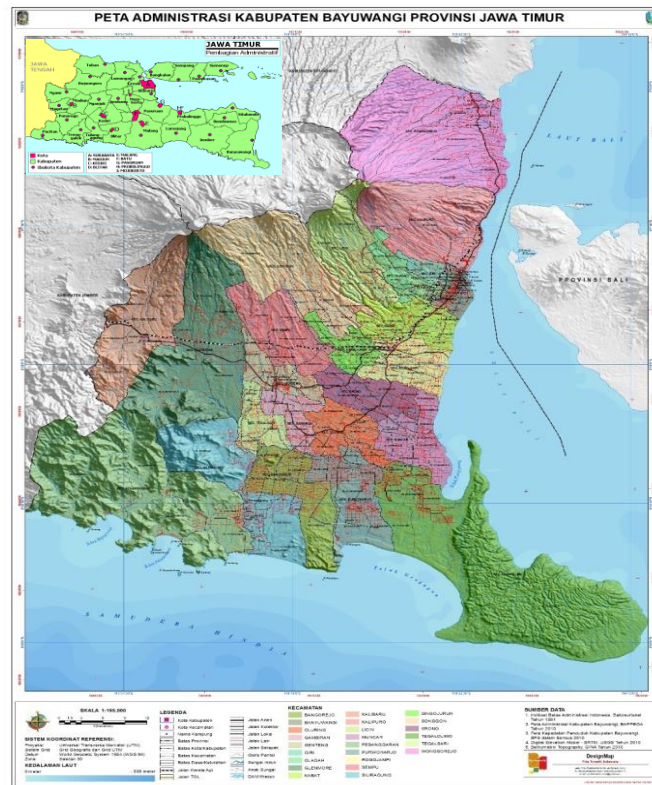
METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Banyuwangi dipilih sebagai lokasi penelitian karena Banyuwangi merupakan salah satu sentra budidaya buah naga terbesar di Jawa timur. Kabupaten Banyuwangi memiliki luas wilayah 5.782 km². Batas wilayah kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

- Utara : Kabupaten Situbondo
- Selatan : Samudera Indonesia
- Barat : Kabupaten Jember dan Bondowoso
- Timur : Selat Bali

Kabupaten Banyuwangi terdiri dari 25 Kecamatan yaitu Pesanggaran, Siliragung, Bangorejo, Purwoharjo, Tagaldlimo, Muncar, Cluring, Gambiran, Tegalsari, Glenmore, Kalibaru, Genteng, Srono, Rogojampi, Kabat, Singojuruh, Sempu, Songgon, Glagah, Licin, Banyuwangi, Giri, Licin, Kalipuro dan Wongsorejo. Berikut ini gambar peta Kabupaten Banyuwangi dilihat dari Provinsi Jawa Timur seperti yang tertera dalam Gambar 3.1.



Sumber: BAPPEDA (2014)
Gambar 3.1 Peta Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian ini para petani buah naga serta pelaku rantai pasokan buah naga di Kabupaten Banyuwangi. Pemilihan Lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pada para pelaku rantai pasokan buah naga di Kabupaten Banyuwangi. Ada 8 kecamatan dari 25 kecamatan di Kabupaten Banyuwangi yang dipilih untuk lokasi penelitian, alasannya adalah menurut data Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi 8 kecamatan tersebut memiliki luas lahan dan produksi tertinggi untuk buah naga. Delapan kecamatan yang dimaksud adalah Kecamatan Pesanggaran, Siliragung, Bangorejo, Purwoharjo, Tegaldlimo, Muncar, Cluring dan Sempu. Delapan Kecamatan tersebut memiliki angka produksi tertinggi untuk wilayah

Kabupaten Banyuwangi sehingga memungkinkan pengumpulan data karena dianggap memiliki rantai pasok dengan prospek pasar yang jelas.

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2017 hingga selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dilapangan melalui pengumpulan data tertentu untuk menjawab penelitian, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi pustaka dan lembaga atau instansi yang terkait.

Sumber data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara yang dipandu oleh kuisisioner dengan maksud agar memperoleh informasi yang sesuai dengan penelitian. Kuisisioner tidak diberikan secara langsung tetapi peneliti menggunakan kuisisioner pada saat mewawancarai responden agar informasi yang terkumpul relevan dengan penelitian. Seluruh data primer diperoleh dari para pelaku yang terkait dalam rantai pasokan buah naga seperti, para petani buah naga, tengkulak, pedagang kecil, dan pedagang besar.

Sumber data sekunder diperoleh melalui lembaga atau instansi terkait seperti Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Lembaga Penelitian

Pertanian, BPS Kabupaten Banyuwangi, Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi dan dari buku, jurnal serta publikasi terkait

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara mendalam (*In-depth Interview*), studi pustaka dan dokumentasi.

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan yang diteliti. Tipe observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah observasi secara langsung dengan cara pengamatan langsung di daerah yang bersangkutan yaitu untuk melihat rantai pasokan buah naga di Kabupaten Banyuwangi.

2. Metode Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Menurut Deddy (2004) wawancara adalah bentuk komunikasi yang melibatkan dua orang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang ke seseorang lainnya dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan penelitian. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti. Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data dengan cara

Tanya jawab secara langsung dengan responden dengan atau tanpa pedomanan wawancara.

Menurut Deddy (2004) Secara garis besar wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur atau wawancara baku ialah wawancara yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan wawancara tidak terstruktur ialah wawancara yang bersifat luwes atau susunan pertanyaan dalam setiap pertanyaan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan para pelaku yang terkait dengan rantai pasok buah naga di Kabupaten Banyuwangi diantaranya petani buah naga, tengkulak, pedagang besar dan pedagang kecil.

3. Metode Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode dengan cara mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan topik penelitian yang bersumber dari buku, jurnal, laporan dari lembaga-lembaga atau instansi yang terkait dan bahan lainya yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak secara langsung ditujukan kepada subjek dan objek yang diteliti, melainkan dengan data pendukung yang dibutuhkan oleh peneliti tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti dengan bantuan peralatan mekanik seperti foto, video dan catatan.

E. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan untuk mempersempit area penelitian namun tetap dapat mewakili populasi sebenarnya dalam penentuan kesimpulan penelitian. Pada penelitian Rantai Pasokan Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi mengambil empat jenis responden dalam Pelaku Rantai Pasokan Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi yaitu Petani Buah Naga, Tengkulak, Pedagang Besar dan Pedagang Kecil.

Penentuan sampel untuk pelaku Petani Buah Naga ini menggunakan *multistages sampling* dengan menggunakan dua tahap, di mana tahap pertama adalah menentukan lokasi/daerah penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel diambil dengan maksud dan tujuan lokasi manakah yang terdapat Kebun Buah Naga. Tahap kedua adalah *Snowballing Sampling* untuk petani buah naga di Kabupaten Banyuwangi yaitu memilih sampel yang terdiri dari 25 responden, yang diwakili oleh 8 Kecamatan dari 25 Kecamatan yang memiliki luas lahan panen dan produksi Buah naga terbesar di Banyuwangi.

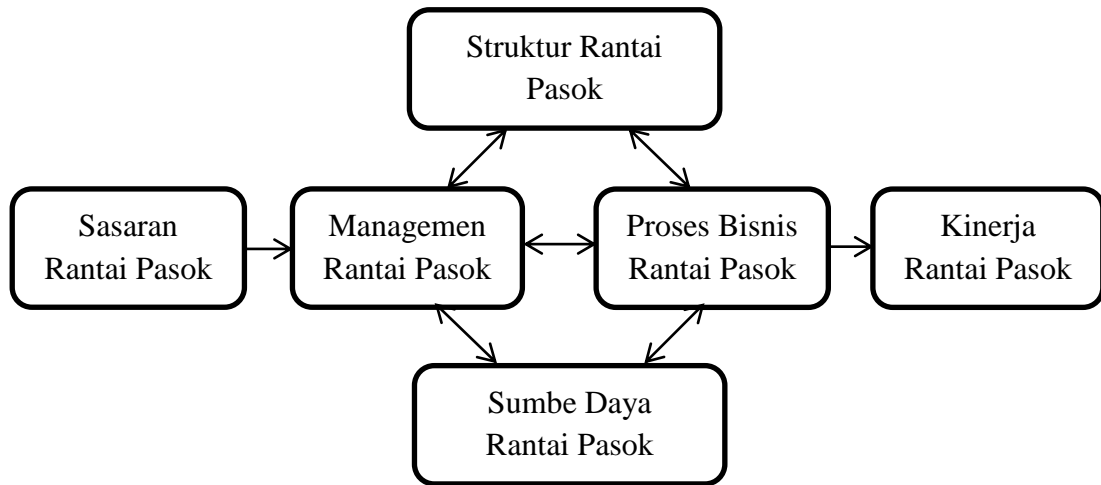
Pada penelitian ini untuk penentuan sampel Pelaku Tengkulak, Pedagang Besar dan Pedagang Kecil di Kabupaten Banyuwangi menggunakan metode *snowballing* sampel dikarenakan populasi dari ketiga pelaku ini tidak diketahui, dengan besaran sampelnya yaitu untuk Tengkulak adalah 10 responden, Pedagang Besar adalah 10 responden dan untuk Pedagang kecil adalah 10 responden.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif menggunakan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) yang dikembangkan oleh Vorst (2006). Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk mengukur kinerja rantai pasok menggunakan pendekatan analisis *Farmer's share*, analisis margin pemasaran dan analisis rasio keuntungan dan biaya. Dalam pengolahan analisis kinerja rantai pasok dilakukan menggunakan kalkulator dan *Microsoft excel*.

1. Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif rantai pasok dilakukan menggunakan kerangka *Food Supply Chain Networking* (FSCN) yang merupakan rangka kerja rantai pasok yang dikembangkan oleh Vorst. Analisis ini merupakan analisis yang biasanya digunakan untuk menganalisis suatu rantai pasok pada produk pertanian. Pada suatu rantai pasok terdapat suatu sistem rantai pasok yang terintegrasi dan terkoordinasi dengan baik. Kondisi rantai pasok dapat diketahui dengan menganalisis sasaran rantai, struktur rantai, sumber daya rantai, dan proses bisnis rantai. Adapun kerangka kerja dari *Food Supply Chain Networking* (FSCN) dapat dilihat dalam Gambar 3.2.



Sumber: Van Der Vorst (2006)

Gambar 3.2 Kerangka Analisis Deskriptif Rantai Pasok

Pada Kerangka analisis deskriptif rantai pasok dengan FSCN, terdapat garis saling berhubungan. Terdapat hubung garis yang satu arah dan dua arah. Hubungan Garis satu arah menandakan bahwa satu elemen mempengaruhi elemen lainnya. Garis hubung dua arah menandakan bahwa terdapat hubungan saling mempengaruhi di antara keduanya. Misalnya antara elemen sasaran rantai pasok dan manajemen rantai pasok, sasaran yang ditetapkan sebuah rantai pasok akan mempengaruhi bagaimana proses manajemen yang diterapkan di dalam rantai pasok. Manajemen rantai pasok tidak mempengaruhi sasaran karena sasaran lebih dulu ditetapkan sebuah rantai pasok. Penerapan manajemen dalam rantai pasok akan mempengaruhi proses bisnis yang terjadi antar anggota rantai pasok dan sebaliknya, proses bisnis yang terjadi juga akan mempengaruhi manajemen yang bagaimana yang akan diterapkan sebuah rantai pasok. Keenam elemen dalam Kerangka FSCN yaitu :

a. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran Pasar menjelaskan bagaimana model rantai pasok berlangsung terhadap produk yang dipasarkan. Tujuan sasaran pasar dijelaskan seperti siapa pelanggan, apa yang diinginkan dan dibutuhkan dari produk tersebut. Sasaran pasar dalam FSCN ialah upaya segmentasi pasar, kualitas yang terintegrasi dan optimalisasi rantai rantai.

Sasaran Pengembangan menjelaskan target yang akan dicapai di dalam rantai pasok yang hendak dikembangkan oleh beberapa pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Sasaran pengembangan rantai pasok dirancang oleh pelaku rantai pasok. Bentuk sasaran pengembangannya ialah penciptaan koordinasi, kolaborasi, atau pengembangan penggunaan teknologi informasi serta prasarana lain yang dapat meningkatkan kinerja rantai pasok.

b. Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok menjelaskan dua bagian, yakni pelaku rantai dan aliran komoditas atau siapa saja yang menjadi pelaku rantai pasok dan peran tiap pelaku rantai pasok dan elemen-elemen di dalam rantai pasok yang mampu menstimulasi terjadinya proses bisnis. Elemen-elemen tersebut meliputi produk, pasar, *stakeholder*, dan situasi persaingan.

c. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok menjelaskan bentuk koordinasi dan struktur manajemen dalam jaringan rantai pasok. Tujuannya adalah untuk mengetahui pihak mana yang bertindak sebagai pengatur dan pelaku utama dalam rantai pasok. Beberapa hal yang perlu diteliti yakni pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual dan sistem transaksi, dukungan pemerintah serta kolaborasi rantai pasok.

d. Sumber Daya Rantai Pasok

Setiap pelaku dalam rantai pasok memiliki sumber daya masing-masing untuk mendukung upaya pengembangan rantai pasok. Sumber daya dalam rantai pasok yang diteliti meliputi sumber daya fisik, manusia, teknologi dan modal

e. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis dalam rantai pasok menjelaskan aktifitas bisnis yang terjadi dalam rantai pasok dalam rangka mengetahui keseluruhan alur rantai pasok sudah terkoordinasi satu dengan lainnya.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif untuk mengukur kinerja rantai pasok dilakukan dengan menganalisis *farmer's share*, margin pemasaran dan rasio keuntungan dan biaya.

a. Analisis *Farmer's Share*

Analisis *Farmer's Share* merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir, dan

sering dinyatakan dalam persen. Secara sistematis harga yang diterima petani dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Farmer's Share (FS)} = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Dimana :

FS = *Farmer's Share* atau bagian harga yang diterima petani buah naga (%)

P_f = Harga pembelian di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga eceran di tingkat konsumen (Rp/kg)

Catatan : Jika $FS > 50\%$, maka dikatakan efisien

b. Analisis Margin Pemasaran

Analisis Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap pelaku rantai yang terlibat dalam pemasaran atau penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh pelaku rantai pasok. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M_i = P_{ji} - P_{bi}$$

$$M_i = C_i - \pi_i$$

$$P_{si} - P_{bi} = C_i + \pi_i$$

Keuntungan pelaku rantai pasok tingkat ke-i adalah :

$$\pi_i = P_{ji} - P_{bi} - C_i$$

Maka besarnya total margin pemasaran adalah :

$$MT = \sum M_i$$

Dimana :

M_i = Margin pemasaran ditingkat pealaku ke-i

P_{ji} = Harga penjualan untuk pelaku rantai pasok ke-i

P_{bi} = Harga pembelian untuk pelaku rantai pasok ke-i

C_i = Biaya pelaku rantai pasok tingkat ke-i

π_i = Keuntungan pelaku rantai pasok tingkat ke-i

MT = Margin total

$I = 1, 2, 3, \dots, n$

c. Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Analisis rasio keuntungan dan biaya dihitung secara kuantitatif.

Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing pelaku rantai pasok dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = \frac{L_i}{C_i}$$

Dimana :

R/c = Rasio Keuntungan dan Biaya

L_i = Kentungan Pelaku Rantai

C_i = Biaya Pemasaran

G. Definisi Operasional

1. Usaha tani Buah Naga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan atau usaha petani dalam menghasilkan buah naga.

2. Grade Buah Naga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai/kualitas/tingkatan buah naga yang ditentukan oleh kesepakatan seluruh anggota rantai pasok.
3. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga/nilai buah naga yang ditentukan oleh pasar berdasarkan kondisi pasar pada satu waktu penelitian berlangsung.
4. Saluran pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang mempunyai kegiatan menyalurkan buah naga dari petani ke tangan konsumen akhir.
5. Biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan produsen dalam memproduksi dan mendistribusikan buah naga sampai ke tangan konsumen.
6. Keuntungan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selisih harga jual dengan harga beli dikurangi biaya.
7. Margin pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selisih harga pada tingkat petani dengan harga pada tingkat konsumen akhir buah naga.
8. *Farmer's share* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir.
9. Rasio keuntungan dan biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perbandingan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan oleh anggota rantai pasok.