

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek/Subyek Penelitian**

Obyek penelitian ini dilakukan pada sentra IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul. Kemudian subyek penelitian meliputi petani, pedagang kayu, pemilik jasa penggergajian, dan pelaku usaha mebel kayu yang berada pada alur rantai pasok sentra IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul.

#### **B. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung pada objek yang telah dipilih dan diamati, yaitu melalui observasi dan wawancara dilapangan, melakukan *interview* kepada petani, pedagang kayu, pemilik jasa penggergajian dan pelaku usaha IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul dengan panduan pertanyaan penelitian yang sudah disiapkan terlebih dahulu. Data primer diperoleh dengan survey obyek penelitian dimulai tanggal 14 September s/d 14 oktober 2017, meliputi observasi awal sampai pengumpulan data.

Data sekunder merupakan data penunjang penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, arsip yang dipublikasikan ataupun yang tidak dipublikasikan, dan instansi terkait (Dinas Perdagangan dan Koperasi Daerah Istimewa Yogyakarta,

Dinas Perdagangan dan Koperasi Gunungkidul, Dinas Kehutanan dan Perkebunan Gunungkidul dan lain sebagainya). Mencakup produksi kayu hutan rakyat, produksi kayu bulat di Gunungkidul dan lain sebagainya.

### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Pemilihan responden pelaku rantai nilai pada sentra IKM di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul dilakukan dengan menggunakan metode *populasi* untuk pelaku ikm, populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015) dan *snow ball sampling* untuk petani kayu, pedagang kayu dan pemilik usaha penggergajian kayu, snow ball sampling adalah teknik pengambilan sampel yang mana responden memberikan informasi tentang responden lainnya yang masih sejalur dengan rantai pasok (Sanusi dalam Jaliatul Ingtnimah, 2016). Responden dalam penelitian ini adalah pelaku ikm pada sentra ikm mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul yang berjumlah 10 orang yang masih memproduksi, dari responden tersebut memperoleh informasi tentang responden lainnya seperti pedagang kayu yang menyediakan kayu untuk mebel kayu di Kedungkeris sebanyak 4 orang, kemudian untuk petani yang sering menawarkan pohonnya untuk pedagang kayu dan pelaku mebel kayu sebanyak 4 orang dan pemilik jasa penggergajian yang sering digunakan oleh pelaku ikm mebel kayu Kedungkeris sebanyak 2 orang.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting yang harus dikuasai oleh peneliti untuk menunjang keberhasilan penelitian, berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan oleh peneliti meliputi kuesioner, pedoman

wawancara, kamera foto dan lain sebagainya. Dalam teknik pengumpulan data peneliti memiliki beberapa metode untuk mengumpulkan data sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode yaitu :

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Supardi, 2006). Peneliti dalam penelitian ini melakukan pengamatan secara langsung pada sentra IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul sehingga dapat mengetahui data-data yang diperlukan untuk proses penyelesaian penelitian dalam pembuatan mebel kayu.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Supardi, 2006). Metode wawancara ini dilakukan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian dengan ditambah variasi pertanyaan untuk mengikuti situasi dan kondisi saat wawancara dilakukan. Misalnya saat menanyakan informasi kepada pelaku usaha ikm mebel kayu dimana mendapatkan bahan baku, berapa harga barang baku, membeli dipedagang kayu atau ke petani langsung, bagaimana pemasarannya, apa kendala yang dihadapi saat ini dalam pembuatan mebel kayu dan lain sebagainya.

**E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Husada D. (2016) menyatakan bahwa definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional yang digunakan penelitian ini adalah :

1. Rantai pasok (*supply chain*) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang dihantarkan ke pembeli akhir (Kotler dan Keller, 2009)
2. Rantai nilai (*value chain*) merupakan alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif. Value chain dapat mengidentifikasi dimana value pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri (Porter, 1985).
3. Nilai Tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi (Hayami *et al*, 1987).
4. Nilai akhir adalah penerimaan yang didapatkan dalam keseluruhan produksi yang dihasilkan.
5. Bahan baku adalah bahan dasar yang digunakan untuk membuat suatu barang yang bernilai dalam penelitian ini adalah kayu.
6. Bahan penunjang adalah selain bahan baku kayu untuk proses pembuatan mebel.
7. Biaya penyusutan adalah selisih antara harga beli dengan nilai sisa dibagi dengan umur ekonomis.

#### **F. Analisa Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif, analisis kualitatif digunakan untuk penggambaran secara deskriptif mengenai rantai pasok dan rantai nilai. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui nilai tambah.

## **1. Analisis Rantai Pasok**

Analisis rantai pasok pada sentra IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul diamati dari mulai pelaku IKM mebel kayu yang kemudian dilakukan dengan metode bola salju untuk mendapatkan sampel pemasok bahan baku dan sampel selanjutnya hingga sampai kepada konsumen. Pada tahap ini dilakukan pengidentifikasian terhadap para pelaku rantai pasok sentra ikm mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul untuk menjelaskan hubungan antara pelaku IKM bebel kayu, petani, pemilik jasa penggergajian dan pedagang kayu.

## **2. Analisis Rantai Nilai**

Menurut Kaplinsky dan Morris (2001) dalam Jalilaul Ingtinamah (2017), tahapan-tahapan yang digunakan dalam analisis rantai nilai dalah sebagai berikut:

### **a. Pemetaan rantai nilai**

Pemetaan rantai nilai ditentukan setelah teridentifikasi pelaku yang terlibat pada sentra IKM mebel kayu di Desa Kedungkeris, Kecamatan Nglipar, Gunungkidul.

### **b. Identifikasi aktivitas para pelaku rantai nilai**

Mengidentifikasi aktivitas para pelaku rantai nilai dilakukan seyelah pemetaan rantai nilai dengan cara mengidentifikasi berbagai aktivitas yang dikerjakan oleh para pelaku rantai nilai dalam upaya meningkatkan perolehan nilai tambah dari produknya.

### **c. Faktor penting keberhasilan**

Menurut Gema P (2011) perusahaan melakukan bauran pemasaran, bauran pemasaran sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi menentukan masterplan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar

tertentu yang mana segmen pasar tersebut dijadikan sasaran pasar untuk produk yang telah diluncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian.

#### **d. Perbaiki rantai nilai**

Perbaiki rantai nilai adalah dimana ada suatu patokan atau perjanjian yang bersifat adil dalam rantai nilai pemasaran agar terjadi kompetisi dan kemampuan pelaku rantai nilai yang dinamis.

#### **e. Analisis Nilai Tambah**

Besarnya nilai tambah pada rantai nilai sentra IKM Mebel Kayu di Desa Kedungkeris Kecamatan Nglipar, Gunungkidul. Didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, termasuk tenaga kerja (Sudiyono, 2002). Secara matematik dinyatakan sebagai berikut : Nilai Tambah = (K, B, T, U, H, h, L)

K = Kapasitas produksi

B = Bahan baku yang digunakan

T = Tenaga kerja yang digunakan

U = Upah tenaga kerja

H = Harga output

h = Harga bahan baku

L = Nilai input lain (nilai dan semua korbanan yang terjadi selama proses perlakuan untuk menambah nilai)

$$\text{Nilai Tambah} = \text{Nilai Produk Bruto} - \text{Pengeluaran}$$