

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Obyek dan Subyek Penelitian**

Obyek pada penelitian ini adalah sentra IKM mebel kayu di Desa Genjahan Kecamatan Ponjong dan sentra pengrajin kayu di Desa Kedung Keris Kecamatan Nglipar. Kedua sentra ini terletak di Gunung Kidul. Sedangkan subyek penelitian ini adalah petani, pedagang kayu, pemilik jasa penggergajian dan pelaku IKM ataupun pengrajin kayu.

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

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan petani, pedagang kayu, pemilik jasa penggergajian kayu dan pelaku IKM ataupun pengrajin kayu itu sendiri. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan panduan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data primer diperoleh dengan metode survei yang dilakukan pada pertengahan bulan September 2017 hingga awal bulan Oktober 2017, meliputi observasi awal hingga pengumpulan data.

Data sekunder adalah data penunjang yang diperoleh melalui literatur-literatur instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Gunung Kidul, Dinas Koperasi Gunung Kidul, Badan Pusat Statistik dan lain sebagainya. Data sekunder pada penelitian ini antara lain seperti jumlah industri pengolahan dan jumlah IKM di Gunung Kidul.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Pemilihan responden pada masing-masing sentra dilakukan dengan cara *populasi* untuk pelaku IKM maupun pengrajin kayu, yang mana *populasi* adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan (Sugiyono, 2011) dan *snowball sampling* untuk petani, pedagang kayu, dan pemilik jasa penggergajian. *Snowball Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Responden pada penelitian ini adalah pelaku IKM pada sentra IKM mebel kayu di Desa Genjahan Kecamatan Ponjong dan para pengrajin kayu pada sentra pengrajin kayu di Desa Kedung Keris Kecamatan Nglipar.

Pelaku IKM pada sentra IKM mebel kayu di Desa Genjahan Kecamatan Ponjong anggotanya adalah sebanyak 18 orang, setelah dilakukan penelitian pelaku IKM yang benar-benar aktif hanya sebanyak 4 orang dan yang baru saja bangkrut sebanyak 4 orang. Kemudian petani yang sering dibeli kayunya oleh pedagang kayu dan pelaku IKM pada saluran pemasaran ini sebanyak 4 orang dan pemilik jasa penggergajian yang sering digunakan pelaku IKM adalah sebanyak 2 orang.

Kemudian pengrajin kayu pada sentra pengrajin kayu di Desa Kedung Keris Kecamatan Nglipar jauh lebih banyak jumlahnya daripada di Desa Genjahan yakni sebanyak 9 orang. Petani yang sering dibeli kayunya oleh pedagang kayu dan pengrajin kayu pada saluran pemasaran ini sebanyak 5 orang

dan pemilik jasa penggergajian yang sering digunakan pengrajin kayu adalah sebanyak 2 orang.

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

Untuk mendapatkan data-data penting, seorang peneliti harus memiliki teknik dalam pengumpulan data sebagai pedoman penelitian agar strategis. Maka perlu ditentukan teknik yang akan digunakan selama di lapangan sehingga akan mempermudah peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan.

Berikut metode pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dan hasil penelitian yang sesuai dengan kenyataan di lapangan adalah:

1. Observasi

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2013) mengatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks. Suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Pengertian pengamatan disini adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Narbuko dan Achmadi, 2013).

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013) wawancara merupakan metode pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Metode pengumpulan data ini dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sehingga sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini peneliti telah menyiapkan pertanyaan sebagai pedoman wawancara namun masih ada kemungkinan untuk munculnya pertanyaan diluar pedoman menyesuaikan dengan keadaan dan situasi saat wawancara. Misalnya seperti menanyakan harga beli bahan pelengkap, harga jual produk, sistem pemasaran, dan riwayat kelompok ataupun sejarah ia mendirikan usahanya tersebut.

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012) definisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi dengan cara yang sama ataupun mengembangkan cara pengukuran dengan lebih baik. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Struktur (*Structure*)**

Struktur adalah susunan bagian-bagian dalam suatu bentuk bangunan. Struktur adalah sifat permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi, diferensiasi produk, serta mudah tidaknya masuk kedalam suatu industri. Semakin besar hambatan masuk semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar (Kuncoro, 2007)

## 2. Perilaku (*Conduct*)

Perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan yang terdapat dalam suatu industri untuk mencapai tujuannya dan menghadapi persaingan. Indikator yang digunakan dalam perilaku adalah strategi produk, strategi harga dan strategi promosi atau pemasaran.

## 3. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasilnya diidentikan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan didalam suatu industri.

## 4. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah perbedaan atau inovasi produk.

## 5. Hambatan Pasar

Hambatan pasar merupakan segala sesuatu yang menghalangi atau menghambat kemampuan pasar untuk masuk maupun keluarnya suatu industri.

## 6. Strategi Produk

Strategi produk adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk menjawab keinginan perusahaan itu sendiri apakah tetap fokus dengan produk yang telah dibuat ataukah akan mendiversifikasi produk ke arah penambahan produk-produk baru.

## 7. Strategi Harga

Strategi harga adalah strategi yang dilakukan perusahaan dalam menentukan harga.

## 8. Strategi Promosi

Strategi Promosi merupakan aktivitas untuk menyampaikan informasi berkenaan dengan produk perusahaan terhadap pembeli ataupun khalayak umum.

### **F. Analisis Data**

Metode pengolahan data pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis data kualitatif menggambarkan secara deskriptif mengenai perilaku perusahaan. Analisis kuantitatif dipergunakan untuk mengetahui struktur dan kinerja industri.

#### **1. Analisis Struktur Industri**

Analisis struktur industri pada masing-masing sentra diamati mulai dari pelaku IKM dan pengrajin kayu yang kemudian dilakukan penelusuran dengan sistem *snowball* untuk mendapatkan sampel petani, pedagang kayu, jasa penggergajian hingga ke konsumen. Dalam analisis ini peneliti lebih condong mencari data mengenai jumlah anggota industri, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan perbandingan atau selisih harga jual dengan jumlah biaya produksi. Untuk mengetahui struktur pasar industri pengrajin kayu digunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai konsentrasi 4 IKM besar ( $CR_4$ ) untuk Desa Genjahan Kecamatan Ponjong dan nilai konsentrasi 8 IKM besar ( $CR_8$ ) untuk Desa

Kedung Keris Kecamatan Nglipar. Kemudian analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui hambatan masuk serta keluar pasar usaha. Perhitungan nilai konsentrasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CR_4 = \frac{\sum Total Output 4 IKM besar}{\sum Total Output seluruh IKM} \times 100\%$$

atau

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 msi$$

Sehingga didapat rumus umum adalah sebagai berikut:

$$CR_n = \frac{\sum Total Output n IKM besar}{\sum Total Output seluruh IKM} \times 100\%$$

atau

$$CR_n = \sum_{i=1}^n msi$$

Dimana:

$CR_n$  : Rasio konsentrasi dari  $n$  (jumlah) IKM (persen)

$MS_i$  : Pangsa Pasar IKM  $i$  (persen)

$i$  : 1, 2, 3, ..... r

## 2. Analisis Perilaku Industri

Analisis perilaku industri dilakukan dengan analisis deskriptif kualitatif pada masing-masing sentra diamati mulai mengidentifikasi strategi produk, strategi harga dan strategi promosi yang kemudian peneliti dapat menentukan apakah perilaku industri tersebut sudah efisien atau tidak efisien.

### 3. Analisis Kinerja Industri

Analisis kinerja industri dilakukan dengan analisis kuantitatif diawali dengan mengidentifikasi nilai profit, tingkat efisiensi, pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja dan hasil kinerja. Peneliti fokus dengan hasil kinerja yang kemudian dihitung dengan nilai *R/C ratio*. Analisis nilai *R/C ratio* digunakan untuk mengetahui perbandingan antara penerimaan dengan total biaya dalam usaha IKM mebel kayu. Berikut rumusan perhitungan *R/C ratio* IKM mebel kayu:

$$R/C \text{ ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Dimana:

TR: Penerimaan usaha IKM mebel kayu  
(Rp/tahun)

TC: Total biaya usaha IKM mebel kayu  
(Rp/tahun)

Dengan dasar pertimbangan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *R/C ratio* lebih besar dari satu ( $R/C > 1$ ) maka usaha menguntungkan, sedangkan
- b. Apabila nilai *R/C ratio* sama dengan satu ( $R/C = 1$ ) maka usaha impas,
- c. Apabila nilai *R/C ratio* lebih kecil dari satu ( $R/C < 1$ ) maka usaha tidak menguntungkan