

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Menurut Rianse & Abdi (2012) bahwa tujuan dari metode deskriptif adalah memecahkan permasalahan secara matematis akurat dan faktual yang disertai dengan fakta-fakta dan sifat-sifat dari daerah penelitian. Dalam Penelitian ini yang menjadi obyek pembahasan dan penelitian yaitu efisiensi pemasaran ikan layang di Kota Pekalongan

A. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive. Hal yang menjadi dasar pemilihan lokasi penelitian di Kota Pekalongan dikarenakan telah menjadi salah satu pusat perdagangan ikan tangkap khususnya ikan layang karena memiliki pelabuhan perikanan untuk tempat operasional kapal dan tempat pelelangan ikan untuk pemasaran ikan sebagai pasar produsen, selain itu Kota Pekalongan juga memiliki pasar konsumen yaitu pasar tradisional dimana mayoritas pasarnya menjual ikan yang dibeli dari tempat pelelangan ikan.

B. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) seperti dokumen, publikasi, laporan penelitian dan instansi (Sasongko & Wulandari, 2006). Jenis data yang dikumpulkan adalah *time series*, data sekunder yang digunakan diambil dari informasi pasar Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Pekalongan. Data yang dipakai diperoleh selama 5 tahun dari tahun 2014-2018, data yang digunakan adalah data harga bulanan ikan layang di tingkat produsen (nelayan) dan data harga

konsumen/eceran serta data produksi bulanan ikan layang yang diolah dengan menggunakan microsoft excel dan evIEWS version 4.

Selain menggunakan data sekunder penelitian ini menggunakan teknik wawancara. Menurut Rianse & Abdi (2012) wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan, pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara kepada petugas tempat pelelangan ikan, pedagang besar, petugas di pelabuhan perikanan Pekalongan, pedagang pasar. Informasi yang diperoleh seperti harga ikan layang di pasar, pedagang besar, dan di tempat pelelangan ikan, selain itu juga mendapatkan informasi terkait mekanisme pelelangan, penyimpanan ikan, penanganan ikan, serta saluran pemasaran ikan layang

C. Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam integrasi pasar ikan layang di Kota Pekalongan adalah jenis ikan layang yang digunakan dianggap sama.

D. Definisi Operasional

1. Ikan layang adalah salah satu jenis ikan pelagis kecil yang ada di perairan laut
2. Pelabuhan perikanan Nasional Pekalongan adalah tempat operasional berlabuh kapal bagi para nelayan
3. Tempat pelelangan ikan adalah tempat dimana nelayan bisa langsung menjual ikan yang didapatkan dengan cara dilelang
4. Produksi ikan layang adalah hasil produksi bulanan ikan layang di tempat pelelangan ikan Kota Pekalongan
5. Efisiensi pemasaran adalah peningkatan rasio output dan input dalam kegiatan pemasaran

6. Nelayan adalah orang yang mencari ikan layang yang ada di laut
7. Pasar produsen adalah tempat dimana nelayan bisa menjual ikan layang hasil tangkapannya ke tempat pelelangan ikan
8. Pasar konsumen adalah tempat dimana ikan layang didistribusikan di pasar tradisional Banjarsari
9. Harga ikan layang di pasar produsen adalah harga ikan layang yang berlaku di tempat pelelangan ikan dan dinyatakan dalam Rupiah per kilogram.
10. Harga ikan layang di pasar konsumen adalah harga bulanan ikan layang yang berlaku di pasar konsumen dan dinyatakan dalam rupiah per kilogram.
11. Perilaku harga di pasar produsen adalah pergerakan harga bulanan ikan layang yang terjadi di tempat pelelangan ikan.
12. Perilaku harga di pasar konsumen adalah pergerakan harga bulanan ikan layang yang terjadi di pasar konsumen.
13. Integrasi pasar adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen Kota Pekalongan dapat ditransmisikan ke pasar produsen di tempat pelelangan ikan

E. Teknik Analisi Data

1. Analisis perkembangan produksi ikan layang

Analisis ini digunakan untuk mengetahui perkembangan produksi ikan layang di Kota Pekalongan yang ditampilkan dalam bentuk grafik yang sebelumnya diolah dengan bantuan Microsoft excel.

2. Analisis perilaku harga ikan layang

Perilaku harga dapat dianalisis dengan menggunakan grafik dan matematis untuk menggambarkan harga bulanan ikan layang ditingkat produsen dan konsumen selama kurun waktu 2014-2018 yang sebelumnya sudah diolah dengan bantuan microsoft excel, selain itu analisis matematis digunakan untuk mengetahui fluktuasi harga ikan layang yang terjadi dengan koefisien variasi yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KV = \frac{s}{\bar{x}} \times 100$$

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

Keterangan:

- s = simpangan baku
- \bar{x} = rata-rata harga ikan layang
- x_i = data ke-i
- n = jumlah sampel
- kv = koefisien variasi

3. Analisis Integrasi pasar

Analisi ini digunakan untuk mengetahui intergrasi pasar produsen di tempat pelelangan ikan Kota Pekalongan dengan pasar konsumen Banjarsari di Kota Pekalongan yang dilakukan dengan model pasar deret waktu yang dikembangkan oleh Ravalion dan Haytnes yaitu *Index of Market Connection* (IMC). Sebelum dianalisis menggunakan integrasi pasar dilakukan pengecekan data dengan menguji menggunakan autokorelasi terlebih dahulu, hal ini bertujuan untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian sudah layak atau tidak untuk dianalisis.

Model IMC dengan pendekatan *Autoregressive Distributed Lag Model* dirumuskan sebagai berikut:

$$P_{it} = b_1 (P_{it-1}) + b_2 (P_{at} - P_{at-1}) + b_3 (P_{at-1})$$

Keterangan:

- P_{it} = harga ikan layang di tingkat produsen pada bulan sekarang
 P_{it-1} = harga ikan layang di tingkat produsen pada bulan sebelumnya
 P_{at} = harga ikan layang di tingkat konsumen pada bulan sekarang
 P_{at-1} = harga ikan layang di tingkat konsumen pada bulan sebelumnya
 b_i = koefisien regresi

Besarnya pengaruh harga di tempat pelelangan ikan dengan pasar konsumen di Banjarsari dapat diketahui dengan menggunakan *Index of Market Connection* (IMC).

$$IMC = \frac{b_1}{b_3}$$

Keterangan:

- b_1 = koefisien regresi P_{it-1}
 b_3 = koefisien regresi P_{at-1}

Jika nilai IMC kurang dari satu menunjukkan integrasi pasar jangka pendek. Sedangkan koefisien b_2 menunjukkan pengukuran seberapa besar laju perubahan harga ditingkat pasar konsumen yang ditransmisikan ke harga ditingkat pasar produsen yang digunakan untuk mengukur integrasi jangka panjang. Menurut Clenia (2009) Nilai koefisien b_2 yang diharapkan adalah satu atau mendekati satu. Jika nilai koefisien b_2 adalah satu ($b_2=1$) maka perubahan harga yang terjadi bersifat netral dalam proporsional presentase. Perbedaan antara dua indikator adalah bahwa koefisien b_2 menunjukkan perubahan harga yang terjadi di pasar konsumen yang ditransmisikan ke pasar produsen, sedangkan IMC dengan melihat koefisien b_1 dan b_3 menunjukkan seberapa jauh harga produsen saat ini dipengaruhi oleh perubahan harga produsen dan harga konsumen pada waktu sebelumnya., Berikut adalah tabel syarat integrasi pasar jangka pendek dan jangka panjang.

Tabel 5. Tabel Syarat integrasi pasar

Keterangan	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Integrasi kuat	IMC mendekati 0 IMC < 1	b2 mendekati 1 (> 0,5)
Integrasi lemah	IMC > 1	b2 mendekati 0 (< 0,5)
Tidak terintegrasi	IMC tinggi	b2 sangat mendekati 0

Sumber : Rosiana dalam Nasution dkk (2015)

1) Uji Korfisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi (adjusted R²) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel-variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model yang dapat menjelaskan variabel tidak bebas. Nilai R² menyatakan seberapa besar presentase variasi variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi.

2) Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau stimula terhadap variabel dependen (variabel tidak bebas). secara matematis nilai F dapat dinyatakan dalam rumus seperti dibawah ini

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Keterangan :

R² : Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen

Kriteria Uji F :

- a) Jika F hitung > F tabel, maka hipotesis H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti secara bersama-sama penggunaan variabel bebas (independen) berpengaruh pada variabel tidak bebas (dependen)

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti secara bersama-sama penggunaan variabel bebas (independen) tidak berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (dependen)

3) Uji Statistik t

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (tidak bebas/terikat) dengan menganggap variabel independen lainnya tetap, dengan rumus sebagai berikut

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{se(\beta_1)}$$

Keterangan :

β_1 = koefisien regresi

$se(\beta_1)$ = standar error penduga koefisien regresi

Dengan kriteria :

a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka ada pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas/terikat

b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak ada pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel tidak bebas/terikat (dependen)