

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yakni suatu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah aktual yang ada pada masa sekarang. Pemecahan masalah aktual tersebut dilakukan melalui tahapan kegiatan yang meliputi pengumpulan data, menyusun, menganalisis, interpretasi dan membuat kesimpulan. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk menggambarkan atau memecahkan masalah secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Rianse & Abdi, 2012). Dari metode tersebut, peneliti dapat mengetahui fakta mengenai kondisi saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran serta tingkat efisiensi pemasaran dari komoditas kelapa kopyor di Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati.

B. Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Purposive. Purposive merupakan metode penentuan lokasi/daerah penelitian secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Lokasi penelitian berada di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti, Kabupaten Pati. Kecamatan Dukuhseti dipilih karena merupakan kecamatan penghasil kelapa kopyor terbanyak di Kabupaten Pati, dengan jumlah tanaman 25.120 pohon kelapa kopyor. Sedangkan pemilihan Desa Alasdowo karena merupakan desa sentra produksi di Kecamatan Dukuhseti. Pada tahun 2016, desa tersebut memiliki lebih dari 15.000 pohon, dan sebanyak 2.558 pohon diantaranya masuk kategori produktif (Suratman, 2016).

C. Pengambilan Sampel

1. Metode Pengambilan Sampel Petani

Responden dalam penelitian ini terdiri dari petani dan pedagang. Petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo berdasarkan sensus BPK (Balai Penyuluh Kecamatan) Dukuhseti pada tahun 2015 berjumlah 180 petani yang dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah pohon induk kelapa kopyor dan jumlah petani kelapa kopyor di Desa Alasdowo, Kecamatan Dukuhseti tahun 2018

No.	Dusun	Jumlah pohon induk kelapa kopyor	Jumlah petani
1.	Krajan	312	77
2.	Sekrangkong	366	73
3.	Ngrandu	85	30
Jumlah		763	180

Sumber: Balai Penyuluh Kecamatan, 2019

Pengambilan sampel petani dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memilih petani dari masing-masing dusun. Setiap dusun di Desa Alasdowo harus ada petani kelapa kopyor yang dijadikan sampel penelitian. Penentuan sampel tersebut dengan pertimbangan petani yang memiliki pohon kelapa kopyor berdasarkan data dari BPK (Balai Penyuluh Kecamatan). Desa Alasdowo memiliki tiga dusun, yaitu Krajan, Sekrangkong, dan Ngrandu.

Berdasarkan persamaan, sampel petani kelapa kopyor yang didapatkan berjumlah 54 petani. Dusun Krajan diambil 32 sampel petani, Dusun Sekrangkong diambil 16 petani, dan Dusun Ngrandu diambil 6 petani. Penentuan jumlah sampel petani kelapa kopyor menggunakan rumus perhitungan (Sugiarto, 2003) pada halaman berikutnya:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi
 Z : Derajat kepercayaan (95% = 1,96)
 S : Varian sampel (5%)
 d : Derajat penyimpangan (5%)

2. Metode Pengambilan Sampel Pedagang

Metode yang digunakan dalam mengambil responden pedagang adalah metode *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* merupakan metode yang diperoleh melalui proses bergulir dari suatu responden ke responden lainnya, biasanya metode ini digunakan untuk menjelaskan pola-pola sosial atau komunikasi tertentu (Sugiyono, 2017). Metode *snowball sampling* digunakan untuk mencari informasi dengan cara mewancarai pedagang yang terlibat seperti pedagang pentotok, pedagang pengepul, pedagang besar, dan pedagang pengecer yang menjual kelapa kopyor agar sampai ke konsumen.

Setelah dilakukan penelitian, terdapat 16 pedagang yang terlibat dalam pemasaran kelapa kopyor. Pedagang yang terlibat tersebut terdiri dari lima pedagang pentotok, satu pedagang pengepul, dua pedagang besar, dan delapan pedagang pengecer. Pedagang pentotok, pedagang pengepul, dan pedagang besar yang terlibat semua berada di Desa Alasdowo, sedangkan pedagang pengecer berjumlah dua orang tersebar di Kecamatan Tayu dan Kecamatan Wedarikjasa yang termasuk wilayah Kabupaten Pati dan berjumlah lima orang berada di Semarang.

D. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau

sumber asli yang berasal dari petani dan pedagang. Data primer merupakan data mentah yang akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber aslinya. Data sekunder bisa bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dapat berasal dari instansi pemerintah, monografi desa Alasdowo dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ada dua metode, yaitu sebagai berikut:

- 1) Teknik wawancara merupakan teknik dalam penelitian yang ditujukan untuk memperoleh keterangan seakurat mungkin dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden yang dituju. Dalam penelitian ini, responden yang dituju meliputi petani kelapa kopyor, pengepul, pedagang besar, dan pengecer. Data yang diperoleh dari wawancara merupakan data primer.
- 2) Teknik kuesioner merupakan teknik yang berisikan rangkaian pertanyaan yang ditujukan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Pertanyaan disusun dengan sengaja dan sejalan dengan tujuan dari penelitian. Adapaun kuesioner dalam penelitian ini mengenai rangkaian pertanyaan untuk memecahkan masalah tentang profil responden petani dan pedagang, biaya pemasaran, jumlah penjualan, dan jarak penjualan.

E. Asumsi dan Pembatasan Masalah

1. Asumsi

Asumsi dalam penelitian ini adalah harga kelapa kopyor yang digunakan pada bulan Agustus 2019.

2. Pembatasan Masalah

- a. Penjualan kelapa kopyor yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu penjualan dalam bentuk butir.
- b. Responden pedagang pengecer kelapa kopyor hanya yang berdomisili di wilayah Kabupaten Pati dan Semarang.
- c. Penelitian ini tidak memperhatikan pasar lokal dan luar daerah untuk kepentingan analisis.

F. Definisi Operasional data dan Pengukuran Variabel

1. Petani kelapa kopyor merupakan petani yang membudidayakan kelapa kopyor dan menjualnya dalam bentuk butir.
2. Pemasaran merupakan proses sosial dimana terdapat interaksi antara individu dan/atau kelompok yang bertujuan untuk menyediakan kelapa kopyor yang dibutuhkan oleh pasar.
3. Saluran pemasaran kelapa kopyor adalah proses pemasaran yang dilalui kelapa kopyor sampai ke konsumen.
4. Lembaga pemasaran merupakan individu dan/atau kelompok sebagai pihak yang menjual kelapa kopyor agar sampai ke konsumen akhir.
5. Pedagang pentotok merupakan lembaga pemasaran yang secara langsung membeli kelapa kopyor dari petani dengan cara memanen sendiri kelapa kopyor dari pohon milik petani.
6. Pengepul merupakan lembaga pemasaran yang mengumpulkan kelapa kopyor dengan membeli kelapa kopyor dari petani atau pedagang pentotok kemudian menjualnya ke pedagang besar.

7. Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang membeli kelapa kopyor dari petani, pedagang pentotok maupun pedagang pengepul kemudian menjualnya ke pedagang pengecer.
8. Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang menjual kelapa kopyor langsung kepada konsumen akhir.
9. Konsumen kelapa kopyor merupakan pihak yang membeli kelapa kopyor dari pedagang pengecer.
10. Fungsi pemasaran merupakan kegiatan dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran dengan tujuan untuk memperlancar pendistribusian kelapa kopyor ke konsumen akhir. Fungsi–fungsi pemasaran kelapa kopyor meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.
11. Fungsi pertukaran yaitu kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan hak milik kelapa kopyor melalui proses pembelian atau penjualan.
12. Fungsi fisik yaitu kegiatan yang bertujuan untuk menangani dan menggerakkan kelapa kopyor secara fisik agar proses pemasaran menjadi lancar.
13. Fungsi fasilitas yaitu kegiatan pendukung yang dapat membantu proses pemasaran kelapa kopyor menjadi lebih lancar.
14. Sortasi merupakan pembersihan kelapa kopyor dari sesuatu yang dapat mengganggu yang dilakukan setelah pemanenan oleh pedagang pentotok.
15. Grading merupakan kegiatan pengelompokan kelapa kopyor berdasarkan ukuran diameter buah dalam kategori kecil, sedang, dan besar untuk menentukan harga jual kelapa kopyor.

16. Biaya pemasaran merupakan biaya pemasaran per butir kelapa kopyor yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran meliputi biaya panen, transportasi, bongkar muat, pengepakan atau pengemasan, dan pengolahan.
17. Biaya panen kelapa kopyor merupakan biaya yang dikeluarkan oleh petani maupun pedagang pentotok dalam melakukan pemanenan.
18. Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani maupun pedagang untuk mengirim maupun mengangkut kelapa kopyor dalam rupiah/butir.
19. Biaya bongkar muat adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani maupun pedagang dalam proses pengangkutan kelapa kopyor dalam rupiah/butir.
20. Biaya pengepakan adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam membungkus kelapa kopyor sesuai kebutuhan dalam rupiah/butir.
21. Harga jual rata-rata tertimbang merupakan harga rata-rata kelapa kopyor yang dicari dengan total pendapatan dari penjualan kelapa kopyor yang sudah melalui grading dibagi dengan jumlah kelapa kopyor yang dijual.
22. Margin pemasaran merupakan selisih harga kelapa kopyor ditingkat konsumen akhir dengan harga jual ditingkat petani dalam satuan rupiah/butir.
23. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan pada konsumen dan harga dibayarkan pada tingkat petani (margin) dikurangi dengan biaya pemasaran dalam satuan rupiah/butir.

24. *Farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima pada tingkat petani dengan harga yang dikeluarkan pada tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen (%).
25. Efisiensi pemasaran adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari saluran pemasaran yang paling efisien dari semua saluran yang terbentuk.
26. Indeks Efisiensi Teknis (IET) adalah rumus untuk mencari saluran pemasaran yang paling efisien dengan cara biaya pemasaran per butir yang dikirim (Rp/butir) per jarak yang ditempuh (km).
27. Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari saluran pemasaran yang paling efisien dengan cara keuntungan pemasaran dibagi biaya pemasaran dalam pemasaran kelapa kopyor.

G. Teknik Analisis

1. Saluran pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo

Analisis saluran pemasaran kelapa kopyor di Desa Alasdowo Kecamatan Dukuhseti menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yang dimaksud meliputi analisis data profil petani dan pedagang, dan saluran pemasaran. Analisis ini digunakan untuk mencari data tentang pedagang pentotok, pengepul, pedagang besar, dan pengecer.

2. Biaya, margin, dan keuntungan pemasaran

- a. Biaya pemasaran

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran kelapa kopyor (Rp/butir)

Bp 1, Bp2, ..., Bpn : Biaya pemasaran kelapa kopyor tiap saluran pemasaran (Rp/butir)

b. Margin pemasaran

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

Mp : Margin pemasaran kelapa kopyor (Rp/butir)

Pr : Harga kelapa kopyor ditingkat pedagang pengecer (Rp/butir)

Pf : Harga kelapa kopyor ditingkat petani (Rp/butir)

c. Keuntungan

$$K_p = M_p - B_p$$

Keterangan:

Kp : Keuntungan pemasaran kelapa kopyor (Rp/butir)

Mp : Margin pemasaran kelapa kopyor (Rp/butir)

Bp : Biaya pemasaran kelapa kopyor (Rp/butir)

d. *Farmer share*

Farmer share merupakan persentase bagian harga yang diterima oleh petani kelapa kopyor dibandingkan dengan harga ditingkat konsumen sebagai imbalan kegiatan usahatani yang dilakukan. Secara sistematis harga yang diterima petani (*farmer's share*) dapat dirumuskan pada halaman berikutnya:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs : Bagian harga yang diterima produsen (*farmer's share*) (%)

Pf : Harga kelapa kopyor ditingkat produsen (Rp/butir)

Pr : Harga kelapa kopyor ditingkat konsumen (Rp/butir)

e. Efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu mengukur Indeks Efisiensi Teknis (IET) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) seperti berikut ini:

$$\text{Indeks Efisiensi Teknis (IET)} = V_{ij}/d$$

$$\text{Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE)} = \sum \Pi_{jk}/V_{ij}$$

Keterangan:

IET : Indeks Efisiensi Teknis

IEE : Indeks Efisiensi Ekonomis

V_{ij} : Total biaya pemasaran (Rp/butir)

$\sum \Pi_{jk}$: Keuntungan pemasaran (Rp/butir)

d : Jarak total yang ditempuh komoditi (Km)

i : Komoditi kelapa kopyor

j : Saluran pemasaran

k : Pelaku pemasaran

Indeks Efisiensi Teknik (IET) dan Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) hanya untuk membandingkan saluran pemasaran yang terbentuk berdasarkan tingkat efisiensinya menurut analisis tersebut. Saluran pemasaran dinyatakan lebih efisien jika nilai IET dan IEE lebih rendah dibandingkan dengan saluran lainnya (Calkin & Wang, 1984).