

BAB III PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kampung patin tepatnya di Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. Penentuan lokasi dilaksanakan secara sengaja (*Purposive*) mengingat Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur ini merupakan sentra budidaya ikan patin di Sumatera Selatan khususnya OKU Timur. OKU Timur mendapat predikat kampung patin dari Kementerian peternakan dan perikanan yang terus mengalami peningkatan produksi di Provinsi Sumatera Selatan sebagai penghasil ikan patin. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan September 2023.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dimana menurut Sriati (2018), metode ini digunakan dengan cara menelusuri semua informasi berkaitan dengan keterwakilan ciri-ciri populasi yang ada di lapangan. Metode ini juga merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh faktor-faktor dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok.

C. Metode Penarikan Contoh dan Pengumpulan Data

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Sensus*. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ikan patin di Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur ada dua lembaga pemasaran, antara lain pedagang besar dan pedagang pengecer. Pengambilan sampel untuk lembaga saluran pemasaran dilakukan secara *sensus*, Teknik Sensus menurut Sugiyono (2012: 68) yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan

sebagai sampel. Adapun penarikan sampel di lokasi penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 3.1. Penarikan Sampel Penelitian

No	Jenis data	Populasi (orang)
1	Peternak	93
3	Pedagang Besar	15
4	Pedagang Pengecer	23
Total		131

Sumber : Data Primer (2021)

Tabel 3.1. menunjukkan bahwa ada dua lembaga saluran pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ikan patin di Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur, antara lain petani ikan patin, pedagang besar dan pedagang pengecer dimana total lembaga yang terlibat sebanyak 38 orang. Sebagai pelengkap pembahasan ini maka diperlukan adanya pengumpulan data atau informasi. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut.

1. Penelitian Lapangan (*Field iResearch*)

Yaitu penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan ini dengan cara:

a. Observasi

Yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan penulis dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.

b. Wawancara

Yaitu peneliti mengadakan wawancara secara langsung iengan peternak ikan patin atau narasumber kunci yang mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yaitu apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang idan iancaman) pada usaha ternak patin

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca beberapa buku literatur-literatur, mengumpulkan dokumen-dokumen (data iprimer dan skunder), melihat arsip, maupun catatan penting yang dimiliki oleh Dinas

Terkait yang berhubungan dengan permasalahan penulisan tesis ini dan selanjutnya diolah kembali.

D. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang diolah dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Data primer digunakan untuk analisis efisiensi pemasaran yang dilihat dari margin pemasaran, pangsa produsen dan elastistas transmisi harga. Data sekunder digunakan untuk menganalisis saluran pemasaran ikan patin di Kecamatan Belitang sementara untuk menjawab permasalahan pertama penelitian digunakan analisis margin pemasaran dan untuk menjawab rumusan masalah kedua di gunakan analisis efisiensi sebagai berikut:

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani sebagai produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin pemasaran dapat dijadikan sebagai indikasi efisiensi pemasaran. Margin pemasaran pada saluran pemasaran tertentu dapat dinyatakan sebagai jumlah margin pemasaran dari masing- masing lembaga pemasaran yang terlibat. Semakin besar margin pemasaran, harga yang diterima petani produsen semakin kecil atau mengindikasikan bahwa pemasaran yang dilakukan sangat tidak efisien (Sondakh *et al.*, 2016). Margin pemasaran menunjukkan perbedaan harga di tingkat lembaga dalam sistem pemasaran, atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima produsen atas suatu produk pertanian yang diperjualbelikan, dan dapat dinyatakan sebagai berikut (Sujarwo *et al.*, 2011). Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan harga pada tingkat produsen (Pf) dengan harga di tingkat konsumen (Pr) dirumuskan sebagai:

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + \pi_i$$

Total margin pemasaran adalah :

$$M_{ji} = \sum_{i=1}^n m_{ji} \text{ atau } M_{ji} = Pr - Pf$$

Perhitungan marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran *Ratio Profit Margin* (RPM) pada masing-masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai:

$$\text{RPM} = \frac{\pi_i}{bt_i} .$$

Keterangan :

m_{ji} = Marjin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

M_{ji} = Total marjin pada satu saluran pemasaran

P_{si} = Harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

P_{bi} = Harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat k-i

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

P_r = Harga pada tingkat konsumen

P_f = Harga pada tingkat produsen

i = 1,2,3,..., n

E_t = 1, berarti sistem pemasaran telah efisien.

E_t > 1, berarti sistem pemasaran yang berlangsung tidak (belum) efisien.

E_t < 1, berarti sistem pemasaran yang berlangsung tidak (belum) efisien

2. Efisiensi Pemasaran

Menurut (Henny, 2011), untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus :

$$\text{EP} = \frac{\text{TB}}{\text{TNP}} \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran

TB= Total Biaya Pemasaran

TNP = Total Nilai Produk TB TNP X 100%

Dengan kaidah keputusan :

a. 0 – 33% = Efisien

b. 34 – 67% = Kurang Efisien

c. 68 – 100% = Tidak Efisien