

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Batuputih. Penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa produksi jagung hibrida di Desa Batuputih lebih banyak dari 7 Desa yang ada di Kecamatan Baturaja Barat Kabupaten OKU. Pelaksanaan penelitian dari bulan November sampai Juli 2022.

B. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang dilakukan pada usaha jagung hibrida di Desa Batuputih Kecamatan Baturaja Barat Kabupaten OKU.

C. Metode penarikan contoh

Metode penarikan contoh yang petani gunakan adalah *snowball* yang dilakukan pada usaha jagung hibrida di Desa Batuputih Kecamatan Baturaja Barat Kabupaten OKU. Metode penarikan contoh yang petani digunakan dalam penelitian ini adalah metode *snowball*. Untuk petani akan dipilih secara populasi petani yang melewati saluran I sampai dengan saluran II.

Tabel 4. Penarikan Sampel Penelitian

No	Jenis Data	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase Populasi	Persentase Sampel
1	Petani	150	30	67%	47%
2	Pengepul	2	2	3,10%	3,10%
3	Pabrik	1	1	1,50%	1,50%
4	Pedagang pengecer	20	10	8,90%	15%
5	Konsumen	50	20	22%	31%
Total		223	63	100%	100%

Sumber : Data primer, 2021

D. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data

Untuk menjawab masalah pertama dengan cara menganalisis pendapatan dengan rumus $\pi = TR - TC$

Keterangan:

π : Pendapatan Usahatani (Rp)

TR : Penerimaan Usahatani (Rp)

TC : Total Biaya Usahatani (Rp)

Untuk masalah kedua akan dijawab dengan mendeskripsikan saluran pemasaran yang terjadi di Desa Batuputih Kecamatan Baturaja Barat Kabupaten OKU.

Untuk menjawab masalah yang kedua efisiensi akan dianalisis menggunakan:

- 1). *Margin* pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani atau produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir, dengan rumus sbb : $M = H_p - H_b$
- 2). *Farmer share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir, dengan rumus sbb :

$$F_s = \frac{\text{Harga Produsen}}{\text{Harga konsumen} \times 100\%}$$

3). Efisiensi pemasaran merupakan hasil pembagian antara biaya pemasaran dan harga eceran produk yang dinyatakan dalam bentuk persentase.

Analisis pemasaran yang mempengaruhi produksi jagung hibrida menggunakan pendekatan fungsi produksi analisis pemasaran dengan dua cara yaitu : pertama, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Kedua, *margin* merupakan biaya dari jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. Menurut Rita dalam Reny (2017), secara matematik besarnya margin pemasaran tiap saluran pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan:

M = *Margin* Pemasaran

H_p = Harga Penjualan

H_b = Harga Pembelian

Menghitung margin total pemasaran (MT) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jagung, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots M_n$$

MT = *Margin* Total Pemasaran (Rp)

$M_1 + M_2 + M_3 + \dots M_n$ = Margin Dari Setiap Pemasaran (Rp)

Bagian Harga yang diterima Petani Besar kecilnya margin pemasaran akan berpengaruh terhadap harga ditingkat petani dan akan mempengaruhi bagian yang diterima petani. Jika total marginnya tinggi bagian diterima petani dapat diketahui dengan membandingkan antara harga jual petani dan harga jual ke konsumen akhir atau sering disebut *Farmer's share* Ekasari (2007) secara matematis ditulis sebagai berikut :

$$\text{Spf} = \frac{\text{harga tingkat petani}}{\text{harga tingkat konsumen}} \times 100\%$$

Keterangan:

Spf = Bagian Harga Yang Diterima Petani (%)

Price farm = Harga Tingkat Petani (Rp)

Price Retailer = Harga Tingkat Konsumen (Rp)

Efisiensi tataniaga atau efisiensi pemasaran merupakan hasil pembagian antara biaya pemasaran dan harga eceran produk yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Menurut Soekartawi (2001), efisiensi tataniaga atau efisensi pemasaran dapat dihitung menggunakan persamaan berikut ini :

$$EP = BP/HE \times 100\%$$

Di mana :

EP = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Biaya pemasaran (Rp/kg)

HE = Harga Eceran (Rp/kg)

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah

- EP sebesar 0-50% maka saluran pemasaran efisien
- EP > 50% maka saluran pemasaran kurang efisien

