

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional**

Konsep dasar dan batasan operasional ini mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian.

Bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

Benih adalah bagian tanaman yang digunakan untuk pertanaman kembali.

Benih bersertifikat adalah benih varietas unggul yang telah diperiksa dan diuji oleh pengawas mutu benih BPSB.

Benih dasar adalah turunan pertama (F1) dari benih penjenis yang dihasilkan oleh lembaga yang bekerja dalam bidang pengembangan benih.

Benih penjenis atau benih pengarah adalah benih yang dihasilkan oleh pemulia tanaman dalam jumlah yang relatif kecil.

Benih pokok adalah turunan pertama (F1) dari benih dasar atau turunan kedua dari benih penjenis yang dihasilkan pada tempat-tempat/pusat pengadaan benih yang telah ditetapkan dan disetujui oleh pemerintah.

Benih sebar adalah perbanyakan dari benih pokok yang prosesnya dilakukan oleh petani tertentu yang disebut petani penangkar. Benih sebar inilah yang disebarkan kepada petani untuk ditanam dan produksinya dijadikan bahan konsumsi.

Benih varietas unggul adalah varietas yang memiliki keunggulan produksi dan mutu hasil, tanggap terhadap pemupukan, toleran terhadap hama penyakit utama, umur genjah, tahan terhadap kerebahan, dan tahan terhadap pengaruh lingkungan dan telah disertifikasi oleh BPSB.

Harga (*Price*) dalam penelitian ini akan dianalisis harga jual benih padi hibrida varietas Bernas Prima yang diproduksi oleh PT. Sumber Alam Sutera sebagai variabel X1 yang diukur dalam satuan Rupiah (Rp).

Padi hibrida adalah padi yang dihasilkan melalui pemanfaatan fenomena heterosis turunan pertama (F1) dari hasil persilangan antara dua induk yang berbeda. Fenomena heterosis tersebut menyebabkan tanaman F1 lebih vigor, tumbuh lebih cepat, anakan lebih banyak, dan malai lebih lebat sekitar 1 t/ha lebih tinggi daripada Varietas unggul biasa (inbrida). Namun keunggulan tersebut, tidak diperoleh pada populasi generasi kedua (F2) dan berikutnya.

Padi inbrida adalah padi yang terbentuk dari penyerbukan sendiri di mana serbuk sari dan ovarium dihasilkan pada bunga yang sama sehingga dihasilkan turunan yang bersifat sama dengan tetua/galur murni

Produk (*Product*) dalam penelitian ini adalah produk benih padi hibrida varietas Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera yang diasumsikan sebagai variabel terikat Y dan diukur dalam satuan kilogram (kg)/bulan.

Promosi (*promotion*) dalam penelitian ini adalah variabel X2 di mana promosi yang dilakukan perusahaan akan diskor dengan cara : nilai skor = 4, jika promosi terdiri dari 4 unsur promosi (periklanan, penjualan personal, publikasi, dan promosi penjualan), nilai skor = 3, jika hanya ada 3 unsur promosi, nilai skor = 2, jika hanya ada 2 unsur promosi, nilai skor = 1, jika hanya ada 1 unsur promosi, dan nilai skor = 0, jika tidak melakukan promosi.

Saluran pemasaran dalam penelitian ini adalah variabel X3 di mana saluran pemasaran yang dilalui produsen meliputi produsen, distributor, pengecer dan konsumen. Saluran pemasaran secara umum terdiri dari 4 saluran, yaitu saluran 1 : Produsen → Distributor → Pengecer → Konsumen, saluran 2 : Produsen → Distributor → Konsumen, saluran 3 : Produsen → Pengecer → Konsumen, dan saluran 4 : Produsen → Konsumen. Saluran pemasaran yang dilakukan perusahaan akan diskor dengan cara : nilai skor = 4, jika saluran pemasaran terdiri dari 4 saluran pemasaran, nilai skor = 3, jika saluran pemasaran terdiri dari 3 saluran pemasaran, nilai skor = 2, jika saluran pemasaran terdiri dari 2 saluran pemasaran, dan nilai skor = 1, jika saluran pemasaran terdiri 1 saluran pemasaran.

Segmentasi pasar dalam penelitian ini adalah variabel yang akan digunakan dalam perhitungan *analysis of variance* (Anova). Dalam perhitungan *analysis of variance* (Anova), segmentasi pasar PT. Sumber Alam Sutera dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu segmentasi pasar program ritel (*free market*) yang disimbolkan dengan angka satu (1), segmentasi pasar program BLBU SLPTT yang disimbolkan dengan angka dua (2), dan segmentasi pasar program BLBU non SLPTT yang disimbolkan dengan angka tiga (3).

Sertifikasi benih adalah suatu cara pemberian sertifikat atas cara perbanyakan, produksi, dan penyaluran benih yang sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh Departemen Pertanian Republik Indonesia.

Tempat / Distribusi (*place*) dalam penelitian ini meliputi saluran pemasaran dan segmentasi pasar yang dilakukan oleh PT. Sumber Alam Sutera.

Variabel dummy adalah variabel yang digunakan untuk mengkuantitatifkan variabel yang bersifat kualitatif. Dalam penelitian ini, variabel dummy yang dimasukkan dalam model persamaan analisis regresi linier berganda terdiri dari 2 variabel dummy, yaitu dummy wilayah pemasaran dan dummy musim tanam.

Dummy musim tanam (D2) adalah dummy untuk mengetahui penggunaan benih padi hibrida Bernas Prima pada musim tanam, diukur dengan skor : nilai skor = 1, jika musim rendeng, dan nilai skor = 0, jika musim gadu.

Dummy wilayah pemasaran (D1) adalah dummy untuk mengetahui wilayah penyaluran benih padi hibrida Bernas Prima, diukur dengan skor : nilai skor = 1, jika wilayah pemasaran di wilayah Lampung, dan nilai skor = 0, jika wilayah pemasaran di luar wilayah Lampung.

Volume penjualan benih padi hibrida varietas Bernas Prima PT. Sumber Alam Sutera adalah banyaknya benih padi hibrida varietas Bernas Prima yang dijual oleh PT. Sumber Alam Sutera untuk usahatani padi sawah menurut musim tanam. Volume penjualan diasumsikan sebagai variabel terikat (Y) dan diukur dalam satuan kilogram per bulan (Kg/bulan).

#### **B. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan PT. Sumber Alam Sutera dengan pertimbangan bahwa (1) PT. Sumber Alam Sutera merupakan satu-satunya perusahaan swasta yang memproduksi benih padi hibrida di Provinsi Lampung, dan (2) PT. Sumber Alam Sutera merupakan perusahaan yang bekerjasama dengan pemerintah dalam melaksanakan program BLBU (Bantuan Langsung Benih Unggul). Responden penelitian adalah PT. Sumber Alam Sutera sebagai produsen benih padi hibrida Bernas di Provinsi Lampung. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Maret - Mei 2011.

#### **C. Metode Penelitian dan Pengumpulan Data**

Penelitian dilakukan dengan metode survei. Data yang dipergunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara kepada PT. Sumber Alam Sutera selaku produsen

benih padi hibrida Bernas Prima. Data sekunder diperoleh dari lembaga /instansi yang berhubungan dengan penelitian, seperti Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, UPTD Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih TPH, Balai Besar Penelitian Tanaman Padi dan lembaga lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

#### **D. Metode Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif (deskriptif) dan analisis kuantitatif (statistik). Analisis kualitatif digunakan untuk mendiskusikan bauran pemasaran padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera, yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat / distribusi (segmentasi pasar dan saluran pemasaran). Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan segmentasi pasar terhadap volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera.

##### **1. Analisis kualitatif bauran pemasaran**

###### **a. Produk**

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika dilihat dari penggolongan produk berdasarkan daya tahan dan wujudnya, maka produk padi hibrida bernas yang diproduksi oleh PT. Sumber Alam Sutera tergolong ke dalam produk yang tidak tahan (*nondurable goods*) karena merupakan produk yang digunakan hanya dalam satu atau beberapa kali penggunaan. Selanjutnya, jika

dilihat dari penggunaannya, maka produk benih padi hibrida tergolong ke dalam barang konsumsi, karena digunakan langsung untuk dikonsumsi. Dalam penelitian produk yang akan diteliti adalah benih padi hibrida varietas Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera.

b. Harga

Harga berkenaan dengan kebijakan strategis, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan yang ditetapkan oleh perusahaan. Penetapan harga jual dapat ditetapkan atas dasar biaya (*mark-up pricing* dan *cost-plus pricing*), atas dasar permintaan (diskriminasi harga berdasarkan pembeli, versi produk, tempat dan tempat) dan atas dasar persaingan (penetapan harga yang setingkat / sama dengan harga rata – rata dalam industri). Dalam penelitian akan dipelajari / (dikaji) mengenai bagaimana PT. Sumber Alam Sutera menerapkan kebijakan harga produk.

c. Promosi

Promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi terdiri dari periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas dan hubungan masyarakat (*publicity and public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dalam penelitian akan dikaji bagaimana PT. Sumber Alam Sutera menerapkan kebijakan promosi terhadap produk

dan variabel promosi apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya.

d. Tempat/Distribusi

Tempat menggambarkan kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan, di mana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk.

(1). Saluran pemasaran

Menganalisis lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pendistribusian benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera.

(2). Segmentasi pasar

Menganalisis pembagian konsumen ke dalam segmen – segmen berdasarkan perilaku konsumen pengguna benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera.

Dalam penelitian akan dikaji bagaimana PT. Sumber Alam Sutera menentukan saluran pemasaran dan segmentasi pasar benih padi hibrida Bernas Prima serta jumlah alternatif saluran pemasaran dan segmentasi pasar benih padi hibrida Bernas Prima.

2. Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian terdiri dari analisis untuk menghitung pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera dan untuk menghitung



pengaruh segmentasi pasar terhadap volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera.

- a. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (harga benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera, promosi, saluran pemasaran, wilayah pemasaran, dan musim tanam) terhadap variabel terikat (volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera).

Hasil prasurvey menunjukkan bahwa benih padi hibrida produksi PT. Sumber Alam Sutera yang paling diminati di pasaran adalah benih padi hibrida varietas Bernas Prima, sehingga dalam penelitian ini volume penjualan yang diamati hanya pada benih padi hibrida varietas Bernas Prima. Jumlah sampel ( $n$ ) untuk analisis ini didapatkan dari data *time series* bulanan volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera dari tahun 2007-2010, yaitu 52 sampel. Namun, ketika analisis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda terjadi outlier pada salah satu data sampel atau data berada tidak mendekati garis normalitas grafik normal P-P plot sehingga data tersebut dihilangkan. Oleh karena itu, jumlah sampel

yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda menjadi 51 sampel.

Persamaan yang menggambarkan hubungan variabel terikat dengan variabel bebas dalam penelitian disajikan sebagai :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, D_1, D_2) \dots \dots \dots (4)$$

atau :

$$Y = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4D_1 + b_5D_2 + et \dots \dots \dots (5)$$

di mana :

Y = Volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera (Kg/bulan)

$a_1$  = intersep

$X_1$  = Harga benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera (Rp)

$X_2$  = Promosi (nilai skor = 4, jika promosi terdiri dari 4 unsur promosi (periklanan, penjualan personal, publikasi, dan promosi penjualan), nilai skor = 3, jika hanya ada 3 unsur promosi, nilai skor = 2, jika hanya ada 2 unsur promosi, nilai skor = 1, jika hanya ada 1 unsur promosi, dan nilai skor = 0, jika tidak melakukan promosi).

$X_3$  = Saluran pemasaran (nilai skor = 4, jika saluran pemasaran terdiri dari 4 saluran pemasaran, nilai skor = 3, jika saluran pemasaran terdiri dari 3 saluran pemasaran, nilai skor = 2, jika saluran pemasaran terdiri dari 2 saluran pemasaran, dan nilai skor = 1, jika saluran pemasaran terdiri 1 saluran pemasaran).

$D_1$  = Wilayah pemasaran (nilai skor = 1, jika wilayah pemasaran di wilayah Lampung, dan nilai skor = 0, jika wilayah pemasaran di luar wilayah Lampung).

$D_2$  = Musim tanam (nilai skor = 1, jika musim rendeng, dan nilai skor = 0, jika musim gadu)

$Et$  = Tingkat kesalahan (galat)

- b. Analisis pengaruh segmentasi pasar terhadap volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah

*analysis of variance* (Anova), yaitu anova satu arah (*one-way anova*).

Anova satu arah dipilih karena variabel dependent (variabel terikat) dalam penelitian ini hanya satu variabel, yaitu variabel volume penjualan benih padi hibrida Bernas Prima produksi PT. Sumber Alam Sutera. Penghitungan nilai analisis varians satu arah (*one-way anova*) dilakukan dengan menggunakan program komputer, yaitu software SPSS 16, di mana dalam proses pengolahan data, segmentasi pasar PT. Sumber Alam Sutera dijadikan sebagai faktor dan volume penjualan digunakan sebagai *dependent list*.

Dalam penelitian ini segmentasi pasar PT. Sumber Alam Sutera dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu segmentasi pasar program ritel (*free market*) yang disimbolkan dengan angka satu (1), segmentasi pasar program BLBU SLPTT yang disimbolkan dengan angka dua (2), dan segmentasi pasar program BLBU non SLPTT yang disimbolkan dengan angka tiga (3). Dalam menentukan jumlah pengulangan volume penjualan per segmentasi pasar dilakukan dengan menjumlahkan dan mengelompokkan volume penjualan ke dalam tujuh kelompok pengulangan di setiap segmennya, sehingga jumlah total pengulangan adalah sebanyak 21 pengulangan. Menurut Santoso (2010), pada umumnya jumlah sampel ( $n$ ) untuk setiap variabel terikat (*dependent*) adalah 20 kasus (20 baris pada program SPSS). Oleh karena itu, untuk memudahkan penghitungan dalam pengolahan data, maka jumlah ulangan untuk setiap kategori segmentasi pasar dibuat sama banyak, yaitu sebanyak 7 pengulangan sehingga memenuhi jumlah batas minimum sampel.

Segmentasi pasar program retail dilakukan dengan menjumlahkan volume penjualan yarnen (bayar panen), kemitraan dan retail (*free market*), di mana yarnen dan kemitraan merupakan bagian dari program retail (*free market*). Segmentasi pasar program BLBU SLPTT dilakukan dengan menjumlahkan volume penjualan SLPTT dan BLM (Pemda), di mana kedua program ini bersumber dari dana pemerintah daerah. Segmentasi pasar program BLBU non SLPTT dilakukan dengan menjumlahkan volume penjualan BLBU saja yang dananya berasal dari pemerintah pusat. Segmentasi pasar program BLBU APBN-P tidak dimasukkan dalam penghitungan *analysis of variance* (Anova) karena tidak ada bantuan benih padi hibrida varietas Bernas Prima yang termasuk ke dalam program BLBU APBN-P. Benih padi hibrida produksi PT. Sumber Alam Sutera yang termasuk dalam program BLBU APBN-P adalah benih padi hibrida varietas Bernas Super dan benih padi hibrida varietas Bernas Rokan.