

III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Kelurahan Sumber Agung Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung pada bulan Maret 2012

B. Objek dan Alat Penelitian

Objek penelitian adalah petani di Sumber Agung Kecamatan Kemiling dan pedagang karet di Kota Bandar Lampung. Alat-alat yang digunakan adalah alat tulis, lembar kuesioner, komputer, kamera, kalkulator, komputer.

C. Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Petani karet adalah masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi penelitian yang menanam karet.
2. Lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dimana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen.
3. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang langsung membeli atau mengumpulkan keret dari beberapa petani untuk dijual kembali pada pedagang grosir.

4. Pedagang besar adalah orang yang membeli karet dari pedagang pengumpul dalam jumlah besar.
5. Struktur pasar adalah suatu hubungan yang terjadi di dalam pasar antara penjual dengan penjual, pembeli dengan pembeli, dan antara penjual dengan pembeli serta kemungkinan keluar masuknya penjual dalam pasar.
6. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan baik oleh petani maupun oleh pedagang untuk memasarkan karet ke pedagang pengumpul, meliputi biaya transportasi, biaya tenaga kerja yang dinyatakan dalam Rp/kg.
7. Batasan wilayah penelitian adalah kecamatan sampai wilayah Kota Bandar Lampung.

D. Jenis data yang dikumpulkan

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data pokok yang digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran karet di Kelurahan Sumber Agung meliputi data umum responden, kegiatan usaha tani, kegiatan pemasaran, kegiatan peneresan, tatacara pembelian, kaitan mutu dengan harga.

2. Data Sekunder

Data sekunder meliputi data mengenai letak, lingkungan fisik, sosial ekonomi masyarakat, keadaan lahan dan lembaga pemasaran.

E. Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode pengamatan langsung di lapangan dan wawancara bebas berstruktur

menggunakan kuesioner. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan data pendukung lainnya.

F. Teknik Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan dua kelompok responden yaitu petani dan pedagang. Penentuan sampel petani dilakukan secara *purposive*. Sampel petani yang diambil merupakan petani yang memiliki tanaman karet dan yang sebagian besar produksinya sudah dijual. Populasi petani dalam penelitian ini adalah anggota Kelompok Pengelola Pelestari Hutan (KPPH) Kelurahan Sumber Agung yang berjumlah 350 orang.

Jumlah petani yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 35 orang, sedangkan penentuan sampel pedagang di Kelurahan Sumber Agung menggunakan metode survei melalui pengamatan langsung dan wawancara bebas berstruktur, diperoleh sebanyak 2 orang, sedangkan untuk di luar Sumber Agung didapat berdasarkan penelusuran rantai pemasaran sampai dengan batasan wilayah Kotamadya Bandar Lampung.

Pada penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan berjumlah 35 KK.

Menurut Arikunto, S. (2002), jika jumlah populasi ≥ 100 orang, maka sampel yang diambil 10-25 % dari total populasi agar hasilnya lebih baik dan akurat.

Rumus tersebut dijabarkan sebagai berikut :

$$n = N \times i$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi masyarakat

i % (100%) = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi).

Perhitungan jumlah sampel pada Kelurahan Sumber Agung adalah sebagai berikut :

$$n = 350 \times \frac{10}{100}$$

$$n = 35$$

Sedangkan untuk pengambilan sampel dalam masing-masing sub populasi menggunakan rumus *cluster sampling* (Walpole, 1995) sebagai berikut :

$$Nh = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan :

- Nh = Banyaknya sampel yang dari setiap kelompok
- Ni = Banyaknya anggota dari setiap kelompok
- n = Jumlah keseluruhan sampel
- N = Jumlah keseluruhan populasi

Adapun jumlah responden yang diambil setiap kelompok ditentukan berdasarkan populasi anggota KPPH masing-masing sebesar 10%, jumlah responden per kelompok tergambar pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah responden anggota KPPH Sumber Agung

No.	Nama Kelompok	Jumlah anggota (orang KK)	Jumlah responden (orang KK)
1	Tanjung Manis	113	11
2	Sukawera	57	6
3	Umbul Kudu	79	8
4	Pemancar	41	4
5	Mata Air	29	3
6	Cirate	31	3
Jumlah		350	35

Sumber : Data KPPH Sumber Agung, 2012.

G. Metode Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis ini untuk menggambarkan kegiatan lembaga pemasaran, pola hubungan antara produsen dan struktur pasar getah serta untuk mengetahui efisiensi sistem pemasaran yang ada di Kelurahan Sumber Agung Kecamatan Kemiling, yaitu dengan perhitungan margin pemasaran, analisis korelasi harga dan elastisitas transmisi harga.

1. Analisis Struktur Pasar, Perilaku Pasar, dan Saluran Pemasaran

A. Struktur Pasar

Parameter yang digunakan untuk analisis pasar, yaitu : (1) jumlah lembaga pemasaran dalam suatu pasar, (2) distribusi lembaga pemasaran dalam berbagai ukuran dan konsentrasi, (3) jenis produk yang dipasarkan, (4) kebebasan lembaga pemasaran lain untuk keluar masuk pasar.

B. Perilaku Pasar

Perilaku pasar dapat di analisis dengan mengamati praktek penjualan dan pembelian, sistem penentuan dan pembayaran harga, kerjasama antara lembaga pemasaran serta praktek-praktek lainnya.

C. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran karet akan di analisis secara kualitatif deskriptif yang meliputi penentuan produk, penentuan harga jual, penentuan dan pelaksanaan promosi, serta penentuan dan pelaksanaan distribusi.

2. Analisis Keragaan Pasar

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga pada tingkat petani dan harga ditingkat konsumen akhir. Untuk menghitung berapa besar margin pemasaran dan margin keuntungan, secara matematis dapat dihitung dengan rumus (Hasyim, 1994)

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi} , \text{ atau}$$

$$M_{ji} = B_{ti} - \Pi_i , \text{ atau}$$

$$\Pi_i = M_{ji} - B_{ti}$$

Untuk total margin pemasaran adalah :

$$M_j = \sum_{i=1}^n M_{ji} \quad \text{atau} \quad M_j = P_r - P_f$$

Keterangan :

- M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran tingkat pemasaran ke-i
- P_{si} = Harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{bi} = Harga beli lembaga pemasaran tingkat ke-i
- B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
- Π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- M_j = Total margin pemasaran
- P_r = Harga ditingkat konsumen
- P_f = Harga ditingkat petani

2. Analisis Korelasi Harga

Analisis korelasi harga merupakan pengukuran statistik tingkat hubungan antara dua variabel yang berguna untuk mengetahui tingkat

kebebasannya. Korelasi harga diukur melalui analisis statistik regresi sederhana dengan menggunakan data berkala (*time series*) berupa data harga bulanan di tingkat petani (Pf) dan di tingkat konsumen (Pr).

Koefisien korelasi harga, secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$r = \frac{[n \cdot \sum_{i=1}^n (P_f \cdot P_r)] - [(n \cdot \sum_{i=1}^n P_f)(\sum_{i=1}^n P_r)]}{\sqrt{[n \cdot \sum_{i=1}^n P_r^2 - (\sum_{i=1}^n P_r)^2] [n \cdot \sum_{i=1}^n P_f^2 - (\sum_{i=1}^n P_f)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi harga

n = jumlah pengamatan

Jika dari hasil perhitungan diperoleh angka koefisien harga (r) mendekati satu, maka ini menunjukkan keeratatan hubungan harga pada kedua tingkat pasar tersebut dan begitu sebaliknya.

3. Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat pedagang pengecer. Melalui hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan bagaimana keefektifan suatu informasi pasar dan dapat dipergunakan untuk melihat bagaimana bentuk struktur pasar komoditas karet, apakah bersaing sempurna atau tidak, serta bagaimana efisiensi sistem pemasarannya.

Rumus analisis elastisitas transmisi harga untuk mengetahui perubahan harga di tingkat petani terhadap perubahan harga di tingkat pedagang adalah sebagai berikut:

$$ET = \frac{\partial P_f}{\partial P_r} \cdot \frac{P_r}{P_f}$$

Karena harga ditingkat petani (P_f) linear terhadap harga di tingkat konsumen (P_r) atau secara matematis:

$$P_r = P_f + (\alpha + \beta P_r) \longrightarrow P_f = -\alpha + P_r - \beta P_r$$

$$P_f = -\alpha + (1 - \beta)P_r; \text{ sehingga } \frac{\partial P_f}{\partial P_r} = 1 - \beta$$

$$\text{Jadi : } ET = (1 - \beta) \frac{P_r}{P_f}$$

Keterangan :

ET = Elastisitas transmisi harga
 δ = Diferensial
 β = Koefisien regresi atau slope
 P_r = Harga pada tingkat pengecer
 P_f = Harga pada tingkat petani

Kriteria pengukuran pada analisis elastisitas transmisi harga adalah sebagai berikut (Hasyim, 1994) :

1. Jika $ET = 1$, berarti E_{df} (elastisitas transmisi harga di tingkat petani) = E_{dr} (elastisitas permintaan atas harga di tingkat pengecer) hal ini menunjukkan laju perubahan harga di tingkat petani adalah sama besarnya dengan laju perubahan di tingkat pengecer.
2. Jika $ET > 1$, berarti bahwa laju perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat konsumen

akhir. Hal ini menunjukkan pasar dalam kondisi tidak bersaing sempurna.

3. Jika $ET < 1$, berarti bahwa laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat konsumen. Keadaan ini berarti bahwa pasar yang dihadapi oleh pelaku pemasaran bersaing tidak sempurna, yaitu terdapat kekuatan monopsoni dan oligopsoni.