

III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

1. Konsep Dasar

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dan petunjuk yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian.

Sayuran adalah komoditas segar yang dijual oleh pedagang di pasar dengan berbagai macam harga. Dalam penelitian ini sayuran yang diteliti terdiri dari sawi, kol, wortel, kentang, dan tomat.

Pedagang pengecer sayuran adalah responden yang menjual berbagai macam sayuran di pasar tradisional kepada konsumen secara langsung.

Dalam penelitian dibatasi pedagang sayuran yang menjual sawi, kol, wortel, kentang, dan tomat.

Harga adalah suatu nilai dari produk (barang) maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Penentuan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti oleh suatu jangka waktu tertentu (mengenai perkembangan pasar).

Pasar tradisional adalah suatu tempat yang terdapat banyak penjual dan pembeli, di mana terdapat proses tawar menawar atas suatu barang tertentu dengan menggunakan uang untuk memperolehnya.

Pasar modern adalah suatu tempat penjualan kebutuhan sehari-hari seperti pasar tradisional, akan tetapi tidak ada proses tawar menawar, hanya

Penjualan adalah transaksi jual beli atau permintaan hak milik secara komersial atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan dua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.

Mark-up pricing adalah penetapan harga jual dengan menambahkan sejumlah (persentase) tertentu dari harga jual atau harga perolehan barang dagangannya.

Cost plus pricing adalah penentuan harga jual produk dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut (disebut margin).

Biaya pemasaran adalah biaya yang dibebankan (segala pengeluaran) dalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang sampai ke tangan pembeli.

Total biaya adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan sayuran dalam waktu satu hari yang terdiri dari biaya angkut, biaya iuran fasilitas umum, dan biaya sewa.

Saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam memasarkan produk sayuran dari produsen ke konsumen.

Pemasaran adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan di satu pihak dan kepuasan di pihak lain.

Penerimaan pedagang pengecer adalah perkalian antara harga jual yang diterima pedagang dengan jumlah unit sayuran yang terjual.

Keuntungan adalah pendapatan yang diperoleh para pedagang sebagai pembayaran dari melakukan kegiatan penjualan sayuran. Atau selisih antara penerimaan total dengan biaya total.

Marjin pemasaran adalah selisih harga jual dan harga beli pada setiap tingkatan pemasaran.

2. Definisi Operasional

Tabel 2. Uraian definisi operasional dalam penelitian

No.	Nama Variabel	Definisi	Pengukuran
1.	Sayuran	produk (barang) yang menjadi usaha penjualan penjual. Sayuran yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain kentang, kubis (kol), wortel, tomat, dan sawi	Kg
2.	Harga jual	sejumlah uang yang diterima oleh penjual karena menjual produk sayuran.	Rp/kg
3.	Volume penjualan	banyaknya komoditas sayuran yang dijual oleh penjual (produsen dan pedagang) sayuran	Kg
4.	Harga beli	harga komoditas sayuran yang dibayar oleh konsumen (pembeli) pada waktu transaksi jual beli.	Rp/Kg
5.	Biaya angkut	biaya yang dikeluarkan oleh penjual sayuran untuk pengangkutan sayuran sampai ke pasar.	Rp/hari
6.	Biaya iuran fasilitas umum	biaya yang dikeluarkan oleh penjual sayuran untuk membayar retribusi pasar, kebersihan, dan keamanan.	Rp/hari
7.	Biaya sewa	biaya yang dikeluarkan oleh penjual sayuran untuk menyewa tempat penjualan sayuran di pasar tradisional.	Rp/tahun
8.	Pedagang eceran (los amparan)	pedagang yang menjual produk sayuran langsung kepada konsumen akhir dengan kuantitas yang terbatas sesuai dengan keinginan pedagang itu sendiri.	
9.	Pedagang eceran kaki lima	salah satu jenis pedagang eceran yang menjual sayuran dalam jumlah yang sedikit di pinggir jalan dan langsung menjual produk kepada konsumen akhir.	
10.	Konsumen akhir	semua individu yang membeli atau memperoleh produk sayuran untuk dikonsumsi.	

B. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pasar Pasir Gintung Kota Bandar Lampung. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dan hanya mencakup satu pasar tradisional, yaitu Pasar Pasir Gintung dengan mempertimbangkan bahwa pasar tersebut merupakan sentra perdagangan sayuran di Kota Bandar Lampung.

Penelitian mengambil sampel responden pedagang sayuran di pasar tradisional, yaitu Pasar Pasir Gintung. Keseluruhan populasi dari pedagang sayuran di Pasar Pasir Gintung adalah 158 orang, terdiri dari pedagang grosir, pedagang eceran, dan pedagang kaki lima. Pedagang yang dijadikan responden dalam penelitian adalah pedagang eceran (kios dan kaki lima) dengan populasi menjadi 144. Rumus pengambilan sampel merujuk pada teori Sugiarto, Siagian, Sunarto, dan Oetomo (2003), yaitu :

$$n = \frac{NZ^2 \delta^2}{N \delta^2 + Z^2 \delta^2} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (144)
- δ^2 = variasi sampel (5% = 0,05)
- Z = tingkat kepercayaan (95% = 1,96)
- δ = derajat penyimpangan (5% = 0,05)

Berdasarkan persamaan (5), maka jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{144 (1,96)^2 (0,05)}{144 (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,05)} = 50 \text{ orang}$$

Berdasarkan persamaan, diperoleh jumlah sampel pedagang sayuran sebanyak 50 orang. Kemudian dari jumlah sampel yang diperoleh, ditentukan alokasi proporsi sampel tiap pedagang dengan rumus:

$$N_a = \frac{N_a}{N_{ab}} \times n_{ab} \dots\dots\dots (6)$$

sehingga diperoleh:

$$N_{\text{pedagang eceran los amparan}} = \frac{68}{144} \times 50 = 23,61 \approx 24$$

$$N_{\text{pedagang eceran kaki lima}} = \frac{76}{144} \times 50 = 26,38 \approx 26$$

Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Agustus – Oktober 2012 dengan waktu yang dianalisis adalah satu hari penjualan.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan yang disediakan secara langsung untuk pedagang eceran sayuran yang berada di Pasar Pasir Gintung. Data sekunder berupa data yang diambil dari berbagai dinas/instansi seperti Dinas Pertanian, Dinas Pengelolaan Pasar, Badan Pusat Statistik, dan data-data lainnya berupa literatur-literatur (buku, catatan, laporan, artikel) yang terkait dengan penelitian.

D. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui metode penentuan harga jual sayuran adalah dengan metode penentuan harga jual, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual sayuran adalah dengan analisis regresi linear berganda, dan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh pedagang sayuran adalah dengan menggunakan analisis pendapatan. Pengolahan data dilakukan secara komputasi dan dengan menggunakan bantuan *software Microsoft Excell*, serta menggunakan program SPSS versi 16.

1. Analisis Penentuan Harga Jual

Penentuan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai atau besarnya biaya produksi. Kegiatan penentuan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penentuan harga berkaitan langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan (Amstrong dan Kotler, 2007). Menurut Horngen (2008) terdapat empat metode penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk

memperoleh laba yang dikehendaki pada unit tersebut. Rumus harga jual produk dengan metode harga jual normal (biaya plus) adalah:

$$\text{Biaya Total} + \text{Marjin} = \text{Harga Jual} \dots\dots\dots(7)$$

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing)*

Cost-type Contract adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanaan regular perusahaan.

4. Penentuan Harga Jual Produk Sesuai dengan Harga yang Berlaku

Perusahaan menentukan harga terutama pada harga pesaing, yaitu harga yang sama, lebih tinggi, atau lebih rendah daripada pesaing utamanya. Jika biaya sulit untuk diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti, perusahaan berpendapat bahwa harga yang berlaku merupakan pemecahan yang baik. Harga yang berlaku dianggap mencerminkan kebijakan bersama industri sebagai harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang layak dan tidak membahayakan keselarasan industri.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), maka dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Model persamaan regresi yang digunakan untuk masing-masing komoditas sayuran adalah:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon_i \dots\dots\dots (8)$$

di mana:

Y_i	= Harga jual (Rp)
β_0	= Intersept
β_i	= Koefisien regresi parameter yang ditaksir
X_1	= Volume penjualan(Kg)
X_2	= Harga beli (Rp)
X_3	= Biaya angkut (Rp)
X_4	= Biaya iuran fasilitas umum (Rp)
X_5	= Biaya sewa kios (Rp)
ε_i	= <i>error term</i>

Pengujian model yang telah dibuat untuk menduga variabel bebas signifikan atau tidak dapat dilakukan dengan melakukan pengujian parameter regresi secara bersamaan (Uji-F). Pengujian parameter Uji-F dilakukan dengan cara melihat F_{hitung} pada hasil output regresi (Tabel Anova) dengan tingkat signifikansi (α) adalah 5%.

Pengujian parameter regresi secara tunggal dilakukan dengan Uji-t. Tujuan pengujian secara tunggal adalah untuk menunjukkan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Pengujian secara tunggal dapat dilihat pada hasil output regresi (*tabel coefficients*) di mana terdapat nilai

t_{hitung} dan signifikansinya. Apabila nilai signifikansi dari variabel sebesar 0.000 (1%) berarti tingkat kepercayaan adalah 99%. Apabila nilai signifikansi sebesar 0,01 (10%) berarti tingkat kepercayaannya adalah sebesar 90%.

Model regresi linier dapat dikatakan sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Apabila nilai asumsi klasik terpenuhi, maka metode estimasi penaksir linear kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square (OLS)*) akan menghasilkan *Unbiased Linear Estimator* dan memiliki varian minimum yang sering disebut dengan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) (Ghozali, 2009).

Beberapa jenis asumsi klasik adalah :

(1) Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan salah satu asumsi dari model regresi linear klasik. Multikolinearitas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (Priyatno, 2009).

Ada beberapa hal yang menyebabkan multikolinearitas, yaitu metode pengumpulan data yang digunakan, adanya *constraint* pada model, atau populasi yang dijadikan sampel. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai *variance inflation factor (VIF)*. Dua ukuran ini menunjukkan variabel independen manakah

yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1/tolerance$. Nilai *cut-off* umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah $tolerance < 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$ (Ghozali, 2002).

(2) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Priyatno, 2012). Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan cara informal maupun formal. Metode informal biasanya dilakukan dengan melihat grafik plot dari nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Variabel dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Cara formal yang dapat dilakukan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan Metode Park, Metode Glejser, Metode Korelasi Spearman atau Metode White (Widarjono, 2009).

(3) Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode

sebelumnya ($t-1$). Untuk pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson adalah:

- (a) $DU < DW < 4 - DU$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada autokorelasi.
- (b) $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$, maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- (c) $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai DU (*Durbin Watson Upper*) dan DL (*Durbin Watson Lower*) dapat dilihat dari tabel statistik Durbin Watson, yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai Durbin Watson hitung (Priyatno, 2012).

3. Analisis Pendapatan

Pendapatan usaha adalah keuntungan yang diperoleh setelah penerimaan (dari hasil penjualan) produk sayuran dikurangkan dengan biaya yang dikeluarkan dalam proses kegiatan pemasaran. Analisis pendapatan digunakan untuk mengukur apakah kegiatan usaha saat ini menguntungkan atau tidak. Informasi yang dibutuhkan dalam analisis pendapatan usaha adalah total penerimaan dan total pengeluaran usaha dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Total penerimaan diperoleh dari total produk sayuran yang dijual lalu dikalikan dengan harga jual masing-masing produk sayuran. Total pengeluaran adalah semua biaya

yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha penjualan sayuran. Total pendapatan adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam suatu kegiatan usaha. Menurut Mubyarto (1994), total penerimaan dari suatu usaha dapat dihitung dengan rumus:

$$TR = P \times Q \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

TR = Total penerimaan

P = Harga produk

Q = Jumlah produk yang terjual

Besarnya pendapatan/laba menurut Lincolin (2000) diperoleh dari:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (10)$$

di mana:

π = Pendapatan

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya