

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang dipergunakan untuk mendapatkan dan menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian.

Harga beras adalah harga yang dibayarkan konsumen kepada pedagang pengecer beras pada waktu terjadinya transaksi jual beli beras, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)

Pedagang pengecer adalah lembaga pemasaran yang menjual beras dalam partai kecil dan eceran.

Harga beras tingkat pedagang pengecer adalah harga beras yang dibayarkan pedagang pengecer kepada pedagang besar pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Pedagang besar (PB) adalah lembaga pemasaran yang menjual beras dalam jumlah partai besar yang didistribusikan ke wilayah perkotaan.

Harga beras tingkat pedagang besar adalah harga beras yang dibayarkan pedagang besar kepada pihak penggilingan pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Penggilingan adalah lembaga pemasaran beras yang melakukan usaha pengolahan mengubah bentuk gabah menjadi beras.

Harga beras tingkat penggilingan adalah harga jual beras yang diberikan pihak penggilingan, didasarkan pada harga pokok produksi beras dan ditambahkan dengan keuntungan, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Harga pokok produksi (HPP) merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Harga pokok produksi digunakan sebagai penentu harga jual, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga beli gabah tingkat penggilingan adalah harga beli gabah yang diterima pihak penggilingan dari pedagang pengumpul atau petani sebagai produsen pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Pedagang pengumpul (PP) adalah lembaga pemasaran yang membeli gabah langsung dari petani dan menjualnya kepada penggilingan di daerah.

Harga gabah tingkat pedagang pengumpul adalah harga yang diterima pedagang pengumpul dari penggilingan pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg)

Harga beras tingkat produsen adalah harga beras yang diterima petani sebagai produsen, atau harga beras yang diberikan penggilingan kepada petani pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Mekanisme penentuan harga jual adalah tahapan dalam menentukan harga beras dari petani ke konsumen akhir dengan melihat margin pemasaran di tiap pelaku pemasaran.

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

Margin pemasaran total adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga ditingkat produsen, atau total margin pada setiap lembaga pemasaran.

Diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Sistem tataniaga beras adalah keseluruhan kegiatan menyampaikan beras dari produsen kepada konsumen.

B. Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian, dan Pengambilan Sampel

Penelitian akan dilaksanakan di Bandar Lampung pada bulan April – Mei 2012.

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kota Bandar Lampung merupakan pusat aktivitas ekonomi yang tinggi dimana masyarakatnya memiliki banyak perbedaan karakteristik seperti tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah pengeluaran, serta bersifat konsumtif. Selain itu, Kota Bandar Lampung menjadi acuan harga-harga bahan pokok untuk daerah-daerah lainnya.

Dalam penelitian ini responden terdiri dari berbagai pihak, seperti pedagang pengecer, pedagang besar, dan penggilingan. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive*) dan *snowball sampling*. Pengambilan sampel awal

dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan melihat banyaknya jumlah pedagang pengecer pada pasar tradisional di Kota Bandar Lampung.

Pasar tradisional yang terdapat di Bandar Lampung berjumlah 13. Namun dari 13 pasar, hanya 5 pasar yang terdapat pedagang beras pengecer lebih dari 10. Lokasi pasar yang dipilih adalah Pasar Tugu dan Pasar Panjang. Hal ini dikarenakan di Pasar Tugu dan Pasar Panjang terdapat pedagang pengecer terbanyak.

Tabel.7. Sebaran pedagang pengecer beras di Pasar Tradisional Bandar Lampung, tahun 2012

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang	
		Pengecer	Besar
1	Pasar SMEP/ Pasar Baru	10	1
2	Pasar Pasir Gintung	14	1
3	Pasar Tugu	16	4
4	Pasar Cimeng	11	2
5	Pasar Panjang	18	8

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung, 2012

Sampel yang diambil meliputi seluruh pedagang pengecer di kedua pasar.

Kemudian untuk mendapatkan informasi tentang lembaga pemasaran beras digunakan teknik *snowball sampling*. Cara pengambilan sampel dengan teknik ini dilakukan secara berantai. Awalnya dilakukan wawancara terhadap pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer yang bersangkutan diminta untuk menyebutkan asal beras yang dijual. Hal ini dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh suatu rantai pemasaran beras.

C. Metode Penelitian dan Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dan pengamatan langsung (observasi). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara dengan responden melalui penggunaan kuisioner (daftar pertanyaan). Data sekunder diperoleh dari lembaga/instansi terkait, laporan-laporan, publikasi dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui sistem tataniaga beras, mekanisme penentuan harga beras, dan penyebab tingginya harga beras di tingkat konsumen di Bandar Lampung. Analisis kualitatif (deskriptif) digunakan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari perhitungan kuantitatif sebelumnya.

Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode tabulasi dan komputerisasi. Data yang diperoleh disederhanakan dalam bentuk tabulasi yang selanjutnya akan diolah secara komputerisasi dengan program Excel. Untuk menjawab tujuan pertama, mengenai mekanisme penentuan harga jual beras digunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan mengenai tataniaga pemasaran beras di Bandar Lampung, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui berapa besar kontribusi setiap saluran pemasaran dalam pembentukan harga beras.

Caranya dengan menghitung biaya dan margin pemasaran di setiap saluran pemasaran yang terlibat.

Untuk menjawab tujuan kedua mengenai mekanisme penentuan harga jual beras di Kota Bandar Lampung, digunakan analisis deskriptif kualitatif. Tujuan ketiga, penyebab tingginya harga beras di tingkat konsumen berdasarkan margin pemasaran, dapat dijawab dengan menganalisis margin pemasaran terutama pada lembaga pemasaran pedagang pengecer.

1. Sistem Tataniaga Beras

Sistem tataniaga beras dapat diketahui dengan merunutkan alur atau saluran pemasaran beras. Saluran pemasaran dianalisis secara kualitatif (deskriptif) pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pendistribusian beras. Jika saluran pemasaran panjang, namun fungsi pemasaran yang dilakukan sangat dibutuhkan (sulit diperpendek), maka dapat dikatakan efisien. Sebaliknya, jika saluran pemasaran panjang, namun ada fungsi pemasaran yang tidak perlu dilakukan (dapat diperpendek), tetapi tidak dilakukan, maka dapat dikatakan tidak efisien. Jika saluran pemasaran pendek dan fungsi pemasaran dirasa cukup, maka dapat dikatakan efisien. Sebaliknya, jika saluran pemasaran pendek dan dirasa perlu tambahan fungsi pemasaran sehingga perlu diperpanjang, maka dapat dikatakan tidak efisien.

Sistem tataniaga beras dapat diketahui dengan pendekatan Ratio Profit Margin (RPM), yaitu dengan menganalisis margin pemasaran. Perhitungan margin dan profit margin ditulis secara matematis sebagai berikut :

$$mj_i = P_{s_i} - P_{b_i} \dots\dots\dots (3)$$

$$mj_i = bt_i + \dots\dots\dots (4)$$

$$i = mji - bti \dots\dots\dots (5)$$

Hildayani (2013) menyebutkan bahwa margin total pemasaran dari semua lembaga pemasaran beras yang terlibat dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MP = \sum_{i=1}^n mji \dots\dots\dots (6)$$

$$MP = P_r - P_f \dots\dots\dots (7)$$

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

Rasio Profit Margin (RPM)

$$(RPM) = \frac{\pi_i}{bti} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

mj_i = margin pemasaran pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

P_{s_i} = harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

P_{b_i} = harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

bt_i = biaya pemasaran pada lembaga pemasaran tingkat ke-i

i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

MP = total margin pemasaran

P_r = harga pada konsumen akhir

P_f = harga pada tingkat produsen

Konsep pengukuran dalam analisis ini adalah :

(a). Margin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dengan harga jual dalam rupiah per kilogram pada masing-masing tingkat pemasaran.

(b). Harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram.

Harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram

2. Mekanisme Penentuan Harga Jual Beras di Bandar Lampung

Mekanisme penentuan harga jual beras di kota Bandar Lampung dapat diketahui dengan metode penetapan harga. Pada dasarnya metode penetapan harga ada 3 macam, salah satunya ialah metode harga pokok produksi ditambah dengan laba yang berdasarkan faktor biaya (*cost-plus pricing*) (Hasyim,1996). *Cost-plus pricing* yaitu penentuan harga dengan menghitung seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk memperoleh laba yang dikehendaki pada unit tersebut.

Metode *cost-plus pricing* ini merupakan metode paling sederhana dimana penjualan atau produsen menetapkan harga jual suatu produk yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah sebagai laba yang diinginkan pada tiap unit tersebut. Metode ini juga mempertimbangkan berbagai macam jenis biaya dan biaya ini dipengaruhi secara berbeda oleh kenaikan atau penurunan *output*. Harga barang yang ditetapkan dengan metode ini memiliki kecenderungan tidak tetap untuk waktu lama. Harga tersebut dapat berubah sesuai dengan fluktuasi dari harga bahan baku, barang lain yang sejenis dan tingkat inflasi.

3. Faktor yang Mempengaruhi Harga Beras Berdasarkan Marjin Pemasaran

Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi harga beras di Bandar Lampung digunakan analisis deskriptif kualitatif. Sugiyono (2005)

menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

Faktor-faktor yang dikaji merupakan faktor yang tercakup dalam margin pemasaran terutama pada lembaga pemasaran pedagang pengecer. Faktor-faktor tersebut di antaranya adalah harga beli pedagang pengecer, biaya pemasaran pengecer, dan harga jual pengecer.