

## **IV. METODE PENELITIAN**

### **4.1 Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan selama bulan April sampai Juni 2019, dengan lokasi penelitian di Desa Singa Geweh Kecamatan Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur.

### **4.2 Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan produsen ayam ras pedaging di Desa Singa Geweh Kecamatan Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur, dan para pedagang yang menjual ayam ras pedaging dengan menggunakan kusioner sebagai alat bantu.

Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang terkait yaitu Dinas Perdagangan Kabupaten Kutai Timur, Badan Pusat Statistik, Perpustakaan Kampus, Internet dan literatur yang terkait dalam materi penelitian.

### **4.3 Metode Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah peternak ayam ras pedaging (broiler) di Desa Singa Geweh Kecamatan Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur, usaha Bapak Yusuf Alim. Terdapat 9 responden di lembaga pemasaran ayam ras pedaging (broiler) semuanya dijadikan responden.

Pengambilan sampel ditingkat lembaga pemasaran dilakukan menggunakan *Snow Ball Sampling* (Sampel Bola Salju) yang dilakukan secara

berantai dengan mencari informasi dari peternak ayam ras pedaging (broiler) sebagai tahap pertama, kemudian diperoleh informasi lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran seperti pedagang pengepul yang membeli ayam ras pedaging (broiler) dari peternak sebagai tahap kedua. Pemilihan sampel berdasarkan rekomendasi dari responden sebelumnya (Sugiyono, 2009).

#### **4.4 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya**

Batasan pengertian dan konsep pengukuran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran adalah pola atau rantai yang terbentuk dari kegiatan tataniaga ayam ras pedaging (broiler) akibat adanya lembaga pemasaran.
2. Lembaga Pemasaran adalah suatu badan atau individu yang terlibat dalam kegiatan kegiatan pendistribusian ayam ras pedaging (broiler).
3. Harga beli adalah biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul , pedagang besar, dan pedagang pengecer dalam pembelian ayam ras pedaging (broiler) dari peternak (Rp/Kg).
4. Harga jual adalah harga yang ditetapkan oleh pedagang pengepul kepada pedagang besar, dan juga pedagang pengecer kepada konsumen akhir (Rp/Kg).
5. Marjin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh setiap lembaga pemasaran.
6. Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat tercapai jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan pihak-pihak yang terlibat (%).

7. Keuntungan atau laba yaitu hasil yang diperoleh dari penerimaan dikurangi biaya – biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran (Rp/Kg).
8. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan pada saat kegiatan pemasaran ayam ras pedaging (broiler) sedang berlangsung hingga sampai ke konsumen akhir.

#### 4.5 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh secara kuantitatif dan disusun dalam bentuk tabulasi kemudian dianalisis guna memperoleh besarnya biaya, margin dan tingkat efisiensi pemasaran ayam ras pedaging. Besaran nilai dan persentase margin, biaya, keuntungan, serta *Farmer's share* pada penelitian dihitung berdasarkan rumus ( Hamid 2009)

##### a. Margin Pemasaran

Sugiono (2009), untuk menghitung margin pemasaran dimasing – masing lembaga pemasaran menggunakan rumus :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp)

Hp = Harga Penjualan (Rp)

Hb = Harga Pembelian (Rp)

##### b. Keuntungan (Profit)

Kotler (2004), Keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus :

$$Kp = Mp - Bt$$

Keterangan :

Mp : Margin Pedagang

Bt : Biaya Total

c. *Farmer's share* :

$$Lp = \frac{He - M}{He} \times 100\%$$

Keterangan :

Lp : Bagian harga yang diterima peternak

M : Marjin Total (Rp/Kg)

He : Harga eceran (Rp/Kg)

d. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002), nilai efisiensi saluran pemasaran dapat di kuantitatifkan sebagai berikut :

$$Ep = \frac{TB}{TN} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Eps > 50% = Tidak Efisien, Eps < 50% Efisien