

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Dusun I Desa Karang Anyar, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Lokasi ini di tentukan secara *purposive*(sengaja). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2010 jumlah pembudidaya ikan hias di Sumatera Utara yang terbanyak di daerah Deli Serdang, khususnya di Kecamatan Beringin. Lokasi Penelitian tersebut merupakan salah satu Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) terbesar di Deli Serdang. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2015.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah metode *purposive sampling*. Teknik *purposive* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan sekelompok pakar bidang ilmu yang sedang diteliti (Assaf AI 2009). Karena Lokasi tersebut merupakan salah satu Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) terbesar di Deli Serdang yang telah bekerja sama dengan dinas kelautan dan perikanan Deli Serdang.

Responden dalam penelitian ini adalah pembudidaya ikan hias di lokasi dan lembaga-lembaga yang terkait dalam saluran pemasaran ikan hias.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data skunder. Pengumpulan data primer

dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisiner) kepada petani pembudidaya dan lembaga pemasaran ikan hias di Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Dusun I Desa Karang Anyar Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik (BPS).

- a. Kuisiner yaitu daftar pertanyaan secara tertulis yang di berikan kepada responden untuk dipilih sesuai dengan pengamatan dan pendapat responden.
- b. Observasi yaitu pengamatan langsung ke lokasi penelitian di desa karang anyar kecamatan beringin kabupaten deli serdang.
- c. Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung kepada pembeli ikan hias yang di jadikan sampel.
- d. Studi pustaka yaitu catatan atau dokumen resmi tertulis dan di keluarkan oleh BPS dan lembaga lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Saluran pemasaran ikan hias akan di analisis secara kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana saluran pemasaran ikan hias di lokasi penelitian. Pengolahan data yang akan dilakukan dengan mentabulasi data secara sederhana ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di interprestasikan.

Efisiensi pemasaran ikan hias akan di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan margin pemasaran. Menurut Sudyono (2001) margin pemasaran dapat diartikan sebagai analisis perbedaan harga ditingkat produsen (harga beli) dengan harga ditingkat konsumen akhir (harga jual) .

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$M_i = P_{si} - P_{bi}$$

Dimana:

M_i = marjin pemasaran pasardi tingkat ke-i

P_{si} = Harga jual pasar di tingkat ke-i

P_{bi} = Harga beli pasar di tingkat ke-i

Menurut soekartawi (2003) ada pun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai akhir produk}} \times 100 \%$$

Maka apabila saluran pemasaran < 50 % maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran > 50 % maka saluran pemasaran tidak efisien.

3.5. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari salah pengertian dan kesalah pahaman maka akan di uraikan beberapa defenisi dan batasan operasional yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. responden adalah pembudidaya ikan hias dan lembaga pemasaran yang terutama di dalam saluran atau jaringan pemasaran ikan hias.

2. pembudidaya ikan hias adalah pelaku pemasaran yang berfungsi membudidayakan ikan hias untuk di perjual belikan dan usaha nya di jadikan sebagai mata pencaharian.
3. saluran pemasaran adalah saluran yang terjadi pada proses pemasaran ikan hias mulai dari pembudidaya ikan hias.
4. margin pemasaran adalah perbedaan harga di bayar oleh konsumen akhir dengan harga yang di terima oleh pembudidaya ikan hias dinyatakan dalam Rp/kg dan %.
5. Efisiensi pemasaran adalah kondisi pemasaran dimana pengusaha dapat bekerja atas dasar biaya input yang rendah tanpa mengurangi kepuasan konsumen di ukur dari masing – masing saluran pemasaran dengan margin.
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi adalah alam dan non alam
 - a. faktor alam seperti kualitas air, cuaca, angin dan bencana alam.
 - b. faktor non alam seperti kualitas dan kuantitas pakan, cara pemeliharaan dan cara panen.
7. Pedagang pengumpul adalah mereka yang aktif membeli dan mengumpulkan ikan hias dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya.
8. Konsumen adalah pembeli ikan hias yang merupakan konsumen akhir yang langsung membeli ikan hias dari produsen ataupun dari pedagang perantara.

9. Pengecer adalah pihak yang melakukan pembelian dan penjualan ikan hias dengan kuantitas paling kecil diantara pedagang-pedagang lainnya di saluran pemasaran.

