

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni s/d November 2013 dan berlokasi di Desa Padang Rubek Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya Provinsi Aceh.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer terhadap responden dilakukan dengan pencatatan, wawancara yang mendalam dan observasi langsung kelokasi penelitian. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan nelayan atau pengolah ikan asin, pedagang pengumpul, pedagang tingkat kecamatan, pedagang grosir ikan asin, pedagang pengecer ikan asin.

Untuk memperkuat dan melengkapi data primer maka diperlukan juga data sekunder yang diperoleh dari perpustakaan, media massa, lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah dan instansi-instansi yang terkait dalam penelitian ini.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) yaitu pada setiap pelaku pemasaran yang terlibat yakni : nelayan/pengolah ikan asin, pedagang pengumpul, pedagang pengumpul tingkat kecamatan, pedagang grosir ikan asin dan pedagang pengecer. Pengambilan sampel hanya 50 persen dari jumlah populasi yaitu 22 orang dan sudah tidak ditemukan lagi informasi baru dari subjek penelitian.

Adapun perincian jumlah masing-masing sampel lembaga pemasaran di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Sampel Lembaga Pemasaran Ikan Asin

No	Lembaga Pemasaran	Populasi Lembaga Pemasaran (Orang)	Sampel Lembaga Pemasaran (Orang)
1	Pengolah Ikan Asin	8	4
2	Pedagang Pengumpul	4	2
3	Pedagang Tingkat Kecamatan	2	1
4	Pedagang Grosir Ikan Asin	4	2
5	Pedagang Pengecer Ikan Asin	4	2
Jumlah		22	11

Sumber : Data Primer (Diolah), Tahun 2013

3.4. Batasan Variabel

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis rantai pemasaran ikan asin dan menentukan besaran *share* nelayan, *margin* dan *profit* margin pada setiap lembaga pemasarannya, maka diperlukan variabel dan data untuk dianalisis. Periode data yang dianalisis adalah rata-rata nilai per hari pada musim timur, antara lain sebagai berikut.

1. Hasil produksi ikan asin adalah produksi rata-rata ikan segar yang diasinkan yang akan dijual kepada konsumen yang dinyatakan dalam satuan Kg/hari.
2. Jumlah pembelian setiap lembaga pemasaran adalah rata-rata pembelian ikan asin oleh setiap lembaga pemasaran dari saluran pemasaran sebelumnya dihitung dalam Kg/hari.
3. Harga pembelian dan penjualan di masing-masing rantai pemasaran adalah harga pembelian dan penjualan rata-rata ikan asin pada tiap-tiap lembaga pemasaran berdasarkan situasi pasar yang berlaku pada saat penelitian dinyatakan dalam Rp/Kg.

4. Biaya pemasaran yaitu jumlah biaya yang dikeluarkan tiap lembaga pemasaran ikan baik segar ataupun olahan dalam melaksanakan kegiatan usahanya yang terdiri atas biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*), dihitung dalam Rp/Kg/hari.
5. Pendapatan adalah selisih antara nilai hasil penjualan dengan total biaya yang dikeluarkan dinyatakan dalam Rp/Kg/hari.
6. Rantai pemasaran adalah banyaknya mata rantai atau lembaga pemasaran yang dilalui dalam penyampaian ikan segar atau olahan dari nelayan (produsen) ke konsumen yang dinyatakan dalam unit (bilangan).
7. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima nelayan produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen ikan baik segar maupun olahan dihitung dalam Rp/Kg.
8. Profit margin adalah keuntungan bersih per Kg ikan yang dihitung dari selisih antara harga beli dengan harga jual di setiap pelaku pemasaran ikan yang terlibat baik segar ataupun olahan dikurangi biaya pemasaran, dihitung dalam Rp/Kg.
9. Share nelayan yaitu bagian atau proporsi yang diterima nelayan dari harga jual oleh lembaga pemasaran terkait, dinyatakan dalam persen.

3.5. Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan di lapangan, dibahas, dianalisa, diolah, serta ditabulasikan untuk kemudian dipindahkan ke dalam bentuk tabelaris yang sesuai dengan kebutuhan analisis pengujian. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Analisa Pendapatan

Biaya total merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan.

Biaya ini didapat dari menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Untuk melihat total biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TBP = BT + BV \dots\dots\dots(Dumairy, 2004)$$

Dimana : TBP = Total Biaya Produksi (Rp)

BT = Biaya Tetap (Rp)

BV = Biaya Variabel (Rp)

Total penerimaan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TP = TH \times JUP \dots\dots\dots(Dumairy, 2004)$$

Dimana : TP = Total Penerimaan (Rp)

TH = Tingkat Harga (Rp/Kg)

JUP = Jumlah Unit Produksi (Kg)

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka analisis pendapatan dilakukan untuk melihat tingkat keuntungan yang diperoleh pada pemasaran ikan asin dengan menggunakan rumus:

$$P = TP - TBP \dots\dots\dots(Soeheroe, 1994)$$

Dimana : P = Pendapatan (Rp)

TP = Total Penerimaan (Rp)

TBP = Total Biaya Produksi (Rp)

2. Analisa Share, Margin dan Profit Margin

Untuk mencari share pengolah ikan asin digunakan rumus :

$$SN = \frac{HN}{HI} \times 100\% \dots\dots\dots (Zulham, 2007)$$

Dimana: SN = Share Pengolah Ikan Asin / Produsen (%)

HN = Harga Ikan Asin di Tingkat Pedagang (Rp/ Kg)

HI = Harga Ikan Asin di Tiap Tingkat Lembaga (Rp/ Kg)

Untuk menghitung margin pemasaran digunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut.

$$MP = HBK - HJP \dots\dots\dots(Azzaino, 2005)$$

Dimana : MP = Margin Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

HBK = Harga Beli Konsumen Ikan Asin (Rp/Kg)

HJP = Harga Jual Produsen Ikan Asin (Rp/Kg)

Sedangkan untuk mencari profit margin juga digunakan formula :

$$PM = MP - BP \dots\dots\dots(Azzaino, 2005)$$

Dimana: PM = Profit Margin Ikan Asin (Rp/ Kg)

MP = Margin Pemasaran Ikan Asin (Rp/ Kg)

BP = Biaya Pemasaran Ikan Asin (Rp/ Kg)