**IV. METODOLOGI PENELITIAN**

**4.1. Metodedan Teknik Pengumpulan Data**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan tujuan untuk menggambarakan dan mendeskrifsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif untuk membuat deskripsi, gambaran ataupun lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2009).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah survei dan observasi. Menurut Nazir (2005), survei merupakan suatu proses penyelidikan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok dan individu. Sedangkan observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2018).

**4.2. Penentuan Responden**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil Tiga Desa sebagai daerah penelitian yaitu Desa Tebaban, Desa Bagik Payung Selatan, dan Desa Bagik Payung secara sengaja *(Purposive sampling)* dengan pertimbangan bahwa desa-desa tersebut merupakan desa yang memiliki luas lahan, produksi, dan produktivitas tertinggi diantara desa-desa yang lain yang ada di Kecamatan Suralaga, (Lampiran 1).

**4.3. Penentuan Responden**

Metode penentuan jumlah responden ditingkat petani dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Quota Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 36 orang. Sedangkan untuk menentukan jumlah responden dari masing-masing desa dilakukan secara*“Porposional Random Sampling”*dengan cara sebagai berikut :

Untuk lebih jelasnya jumlah responden di masing-masing Desa Sampel dapat dilihat pada bagan berikut ini :

Kecamatan Suralaga

Desa Bagik Payung Selatan

n= 10 Orang

Desa Tebaban

n = 11 Orang

Desa Bagik Payung

n= 9 Orang

Sample

n = 30

Gambar : 2 Bagan Penentuan Sampel Lokasi Penelitian

Penentuan respon dan pedagang pengepul, dan pedagang besar dilakukan secara snowball sampling adalah sebuah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2018).

**4.4. Jenisdan Sumber Data**

4.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), data kuantitatif terdiri dari data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakans tatistik. Sedangkan data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata - kata.

4.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. (1); Pengambilan data secara primer dilakukan dengan cara proses wawancara langsung menggunakan kuesioner dengan responden. (2); Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai macam instansi dan literature contohnya seperti, Badan Pusat Statistik (BPS), Unit Pelayanan Teknis Penyuluhan Pertanian(UPTPP), buku, jurnal, dan internet mengenai berbagai macam informasi yang sesuai.

**4.5. Variabeldan Cara Pengukuran**

Variabel-variabel yang diteliti dan cara pengukuran adalah sebagai berikut

1. Biaya pemasaran yaitu, biaya-biaya yang dikeluarkan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran lainnya dalam melaksanakan fungsi pemasaran cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah.
2. Harga jual produsen yaitu, harga penjualan cabe rawit pada tingkat petani (Produsen), yang melakukan penjualan cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah.
3. Harga jual dalam satuan rupiah, lembaga pemasaran yaitu, harga penjualan cabe rawit pada masing-masing saluran pemasaran, pada lembaga pemasaran dijual dengan satuan perkilogram.
4. Volume penjualan yaitu, jumlah cabe rawit yang dijual oleh petani dan lembaga pemasaran lainnya yang dinyatakan dalam satuan kilogram.
5. Volume pembelian yaitu, jumlah cabe rawit yang dibeli oleh lembaga pemasaran dan dinyatakan dalam satuan kilogram.
6. Harga beli konsumen yaitu, harga pembelian cabe rawit pada tingkat konsumen akhir dan setiap lembaga pemasaran yang melakukan pembelian cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram.
7. Keuntungan yaitu, yang diproleh petani dan lembaga pemasaran lainnya dihitung dengan cara mengurangi nilai penjualan dengan biaya dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram.
8. Efisiensi yaitu, sebagai upaya penggunaan output sekecil-kecilnya dalam satuan rupiah, untuk mendapatkan produksi sebesar-besarnya dinyatakan dalam satuan perkilogram

**4.6. Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul, kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi berdasarkan variable dari seluruh responden menyajikan data tiap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018). Data yang akan dianalisis dalam penelitian iniyaitu :

1.Saluran pemasaran cabe rawit dianalisis menggunakanan analisis deskriptif, yaitu dengan menelusuri saluaran pemasaran Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lmbok Timur mulai dari petani produsen sampai konsumen terakhir.

2.Tingkat efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur di analisis secara kuantitatif. Tingkat efisiensi pemasaran cabe rawit dapat dihitung dengan rumus (Soekartawi, 1993) :

…………………………………….(4)

Keterangan :

EPs : Efisiensi Pemasaran

TB : Total Biaya (Rupiah)

TNP : Total Nilai Produksi (Rupiah)

Ketentuan :

JikaEp< 50 % Efisien

JikaEp50 % Tidak Efisien