

BAB III

MATERI DAN METODE

Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama enam minggu mulai dari tanggal 8 Februari sampai dengan 24 Maret 2016 dengan mengambil tempat Koperasi Andini Luhur Desa Jetak Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. Aspek yang diambil adalah Distribusi Pemasaran susu segar.

3.1. Materi

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan mulai tanggal 8 Februari sampai dengan 24 Maret 2016 dengan mengambil tempat Koperasi Andini Luhur Desa Jetak Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. Aspek yang diambil adalah distribusi susu segar.

3.2. Metode

Metode yang digunakan dalam Praktek Kerja Lapangan antara lain :

3.2.1. Metode praktek kerja lapangan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan adalah dengan metode partisipatif dimana penulis ikut berpartisipasi bekerja di Koperasi Andini Luhur. Pengambilan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait.

Metode wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan pegawai koperasi maupun dengan pedagang-pedagang pada lembaga pemasaran yang ada. Sedangkan metode observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung proses penanganan susu segar dan distribusi susu.

3.2.2. Metode pengolahan data

Data yang sudah didapatkan akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian dengan cara penulis datang ke sumber data dan menganalisis data itu apa adanya Arifin (2008). Data yang diperoleh ditabulasi kemudian dianalisis menggunakan metode perhitungan margin pemasaran.

Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen. Menurut Widiastuti dan Harisudin (2013) dalam jurnal Putri *et al.* (2014) rumus untuk menghitung margin pemasaran adalah :

$$M_p = P_r - P_f \text{ atau } M_p = B_p + K_p$$

Keterangan :

M_p = Margin pemasaran (Rp/kg)

P_r = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

P_f = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

B_p = Biaya pemasaran (Rp/kg)

K_p = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

3.2.4. Batasan istilah dan konsep pengukuran

1. Susu merupakan salah satu sumber protein hewani yang sangat penting bagi tubuh manusia, karena mempunyai kandungan kalsium yang sangat bermanfaat bagi pertumbuhan tulang.
2. Koperasi merupakan badan hukum yang berdasarkan atas asas kekeluargaan yang anggotanya terdiri dari orang perorangan atau badan hukum dengan tujuan untuk mensejahterakan anggotanya.
3. Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
4. Tempat/distribusi adalah saluran yang digunakan untuk menyalurkan barang/jasa ke konsumen.
5. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.
6. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendorong/mengajak konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
7. Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen (Rp).
8. Saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.
9. Produsen adalah orang yang menghasilkan barang dan jasa untuk dijual atau dipasarkan.

10. Konsumen perorangan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
11. Konsumen industri adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang membeli produk dengan maksud menggunakan produk-produk dalam operasi bisnis.
12. Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.
13. Pedagang besar atau distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung.
14. Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.