

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut pendapat Nasution, penelitian kualitatif sendiri merupakan bagaimana cara mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha mengerti atas bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif tidak menggunakan alat-alat pengukur. Selain itu, kondisi penelitian memiliki sifat natural dalam artian tidak ada manipulasi di dalamnya[10]. Kemudian cara untuk mendapatkan hasil penelitian ditempuh dengan menggunakan tes berupa instrumen penelitian. Pada penelitian kualitatif yang menjadi instrumen utama sendiri yakni peneliti sehingga dapat mencari serta menemukan masalah yang ada dalam masyarakat. Seperti permasalahan dalam bidang ekonomi yaitu UMKM keripik pisang crispy ninong snack dalam melakukan pemasaran produk.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu pemilik usaha UMKM Keripik Pisang Ninong Snack yang bertempat di Purwokerto. Pemilik produk Ninong Snack biasa dipanggil dengan nama Bapak Taji, yang juga bertempat tinggal di Purwokerto. Kemudian objek dari penelitian ini adalah keripik jamur Ninong Snack. Produk yang sudah lama berdiri dalam kurun waktu beberapa tahun yang lalu.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

A . Data Kualitatif

Cara untuk memperoleh data ini dapat ditempuh dengan menggunakan wawancara[16]. Biasanya data yang diperoleh dengan wawancara berasal dari subjek penelitian sendiri atau manusia dan bisa juga melewati pemilik usaha. Seperti pada usaha Ninong Snack sendiri, penulis melakukan wawancara untuk memperoleh data tentang objek yang sedang diteliti atau keripik jamur Ninong Snack.

B . Data Primer

Data Primer sendiri merupakan jenis dan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama atau didapatkan dengan tidak melalui perantara, baik individu maupun kelompok sehingga data yang didapatkan secara langsung[11]. Data primer secara khusus dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survey dan juga metode observasi. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik usaha keripik pisang crispy ninong snack untuk mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan. Penulis datang melihat lokasi usaha secara langsung dan juga melakukan wawancara langsung terhadap pemilik usaha keripik pisang crispy ninong snack.

C. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang telah terbit, yakni seperti merupakan data pendukung. Dalam perancangan ini penulis memperoleh data mengenai kemasan produk “Kripik Pisang Crispy Ninong Snack Purwokerto” melalui data observasi dan studi literatur yang berkaitan dengan penyusunan kemasan.

3.1.4 Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif letak data dalam wujud manusia memiliki peran. Penulis dan narasumber di sini mempunyai posisi yang sama, dengan adanya hal tersebut narasumber bukan sekedar memberikan respon pada yang diinginkan penulis, tetapi narasumber dapat lebih memilih arah dan selera dalam informasi yang dimiliki olehnya. Karena letak inilah sumber data yang berwujud manusia di dalam penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai informan.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan perancangan ini, penulis melakukan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara dilakukan dengan pemilik dari usahaninong snack itu sendiri.
2. Studi Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan mempelajari data atau dokumen yang mendukung penelitian.
3. Observasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memantau secara langsung suatu objek tertentu dengan maksud untuk memperoleh data dan informasi terkait objek tersebut.
4. Studi Literatur
5. Studi Literatur adalah cara untuk menyelesaikan masalah dengan mencari sumber tulisan yang pernah diterbitkan sebelumnya. Istilah Studi Literatur juga disebut sebagai Studi Pustaka. Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti harus memiliki wawasan yang luas tentang objek yang akan diteliti. Dalam metode Studi Literatur, sumber-sumber yang diteliti meliputi referensi buku, jurnal, atau artikel yang berkaitan dengan perancangan desain kemasan. [18]

3.1.6 Teknik analisis data SWOT

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis SWOT. Pada metode ini perencanaan yang strategis digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu produk atau suatu bisnis. Dalam menentukan sebuah keywords dan konsep perancangan, perlu adanya menganalisa SWOT yang mendukung hasil penelitian ini dengan pengaplikasian:

1. Bagaimana *Strength* (kekuatan) mampu mengambil keuntungan dari sebuah *Opportunity* (peluang) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi *Weakness* (kelemahan) yang mencegah keuntungan dari *Opportunity* (peluang).
3. Bagaimana *Strength* (kekuatan) mampu menghadapi *Threats* (ancaman) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi *Weakness* (kelemahan) yang mampu membuat *Threats* (ancaman) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. Dalam hal ini dapat menjadikan analisis SWOT sebagai analisis strategi untuk perancangan kemasan produk “Pisang Crispy Ninong Snack Purwokerto”.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Instansi

Nama Profil : Ningong Snack
Nama Produk : Pisang Crispy Ninong Snack
Social Media : *Instagram* (@ninongsnack)
Lokasi : Jl. Margantara Nomor 20. RT.05/RW.04 Tanjung,
Kecamatan Purwokerto selatan

Usaha Ninong Snack, Kecil dan Menengah (UKM), usaha Ninong Snack mulai dimulai pada Tahun 2018 silam yang

memiliki nama awal W&A yang memiliki arti Wahyu Dan Afi.

Usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi berada di kota Banyumas. Pada mulanya produk Ninong Snack dimulai dari hanya keisengan saja dan mencoba menjual produk jamur crispy yang pada awalnya hanya memproduksi hanya untuk dijual ke tetangga hingga kini sudah memiliki produk lain seperti Pisang Crispy yang penyebarannya sudah cukup luas.

3.2.2 Mengenai Ninong Snack

Ninong Snack adalah sebuah brand yang didirikan oleh bapak Sutaji pada kisaran tahun 2016-2017. Brand Ninong Snack sendiri memiliki 2 jenis produk diantaranya : Kripik jamur dan kripik pisang, yang dimana kripik jamur sendiri terbagi menjadi 2 jenis yaitu jamur kancing dan jamur tiram. Untuk penyebaran produknya sendiri jamur Ninong Snack sendiri sudah memasuki ke dalam gerai retail seperti Alfamart dan Indomaret serta di beberapa pusat oleh-oleh di Jawa Tengah serta untuk harga sriping pisang tersebut 12.000 / 150 gram dan harga 13.500 / 200 gram.

Lalu produk yang kedua hadir adalah sriping / kripik pisang yang menggunakan jenis pisang tanduk dan dimana pada penyebarannya sendiri tidak kalah dengan olahan jamur, tetapi yang membedakan disini adalah sriping pisang tidak memasuki gerai retail Alfamart atau Indomaret, adapun ingin memasuki ke dalam pasar mall di daerah Jakarta ingin memperluas jangkauan pasar serta menarik pembeli dari kalangan atas. Namun pada keadaan saat ini memiliki kendala yaitu salah satunya adalah kemasan, yang dimana pada kemasan saat ini yang digunakan oleh kripik pisang Ninong Snack kurang memenuhi standar dari mall yang akan dimasuki produknya tersebut sehingga menerima jumlah retur yang cukup banyak.

Dikarenakan standar untuk memasukan produk ke dalam mall tersebut adalah salah satunya adalah kemasan sudah menggunakan ziplock dan didalam nya terdapat alumunium foil, yang dimana tujuan dari alumunium foil tersebut adalah supaya produk yang ada di dalam kemasan lebih terjaga dan meminimalisir adanya banyak udara yang masuk sehingga kecil kemungkinan untuk kadaluarsa sebelum waktunya serta untuk mengurangi adanya retur produk yang di sebabkan oleh udara yang masuk ke dalam kemasan.

Ninong juga memiliki yang memiliki ragam yaitu caramel, jagung original.



banyaknya ke dalam snack sendiri olahan pisang beraneka memiliki rasa asin dan

Gambar 3. 1Desain Kemasan Terkini



Sumber : dokumentasi pribadi

Gambar 3. 2Varian Rasa Keripik Pisang

Sumber : Instagram Ninong Snack

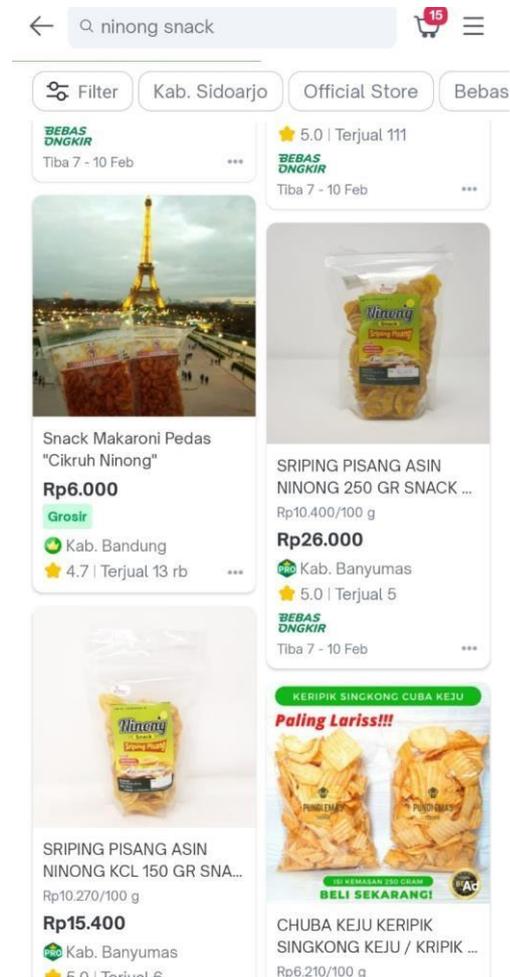
3.2.3 Promosi yang pernah dilakukan

Tujuan dari promosi sendiri adalah untuk mengenalkan produk serta memasarkannya sejauh mungkin. Adapun upaya dari Ninong Snack itu sendiri dapat memasarkannya yaitu dengan cara sebagai berikut :



Gambar 3. 3Instagram dari ninong snack

Sumber : dokumentasi pribadi



Gambar 3. 4 Online Shop Tokopedia Yang menjual Produk Ninong Snack

Sumber : Dokumentasi Pribadi

3.2.4 Identifikasi competitor

A. Kemil Kemil Purwokerto

Nama Instansi : Kemil Kemil Purwokerto

Alamat : Gg. Menteng No.31, Pagedangan, Rejasari, Kec. Purwokerto Bar., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53134

Nomor Telfon : -

UMKM Kemil-Kemil Keripik Pisang merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan ringan dan cemilan. UMKM ini didirikan pada tahun 2020 dengan latar belakang pemilik usaha ini terkena dampak PHK masal yang terjadi saat awal pandemi Covid-19 di tahun 2020 lalu. Toko ini dikelola oleh 2 orang yaitu Bapak Edi dan anaknya. Dalam 2 tahun usaha dari Bapak Edi ini berkembang cukup pesat. Pembeli yang kebanyakan berasal dari remaja sampai pekerja muda yang menyukai cemilan sebagai makanan pendamping saat bekerja atau beresantai. Melihat peluang dari produk Kemil-Kemil ini, banyak sekali hal yang bisa diperbaiki. Terlebih lagi produk dari Bapak Edi ini sudah terdaftar dan mendapat Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT).

Tidak hanya itu, produk ini juga sudah berlabel “Halal” dari MUI. Ini membuat peluang desain dari produk Kemil-Kemil sangat terbuka besar melihat dari keunggulan disisi izin produksi sehingga terjaminnya keamanan pangan. Lalu adanya standar produksi dari produk ini seperti, jenis pisang yang dipilih adalah jenis pisang kepok dengan masa panen berkisar kurang lebih 90 hari. Alasan beliau memilih jenis pisang ini dikarenakan tekstur pisang ini cenderung padat namun legit sehingga lebih mudah untuk dipotong, tingkat ketipisan setiap potongannya juga diperhatikan antara 2.5-3mm untuk menjaga tekstur dan tingkat ke-krispian produk, keamanan dalam packaging juga diperhatikan demi menjaga rasa dan tekstur dengan menambahkan silica gell di dalam kemasan, serta memberikan rasa yang beragam. Semuanya dipikirkan dan dipertimbangkan oleh Bapak Edi agar mudah menarik pelanggan.

Harga yang ditawarkan juga sebanding dengan apa yang di jual oleh Pak Edi, mengingat sudah memiliki izin produksi dan

juga memiliki standar kualitas hingga kuantitas produk. Tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah, karena target pasar yang diincar Bapak Edi menengah kebawah, tetapi tidak jarang juga beliau mendapat pembeli menengah keatas Untuk harga keripik pisang 90 gram dengan rasa original sebesar Rp. 17.000 dan untuk varian rasa seperti matcha, karamel, coklat dsb dipatok dengan harga Rp. 15.000.



*Gambar 3. 5Packaging Kripik Pisang
Kemilkemil purwoketo
Sumber : Dokumentasi Pribadi*

3.2.5 Promosi yang pernah dilakukan

Tujuan dari promosi sendiri adalah untuk mengenalkan produk serta memasarkannya sejauh mungkin. Adapun upaya dari kamil kamil itu sendiri dapat memasarkannya yaitu dengan cara sebagai berikut:



Gambar 3.6 Google Map kamil kamil purwokerto
Sumber : Google map

B. Toop Rasa

Nama Instansi : Tooop Rasa

Alamat : Jl. Karang Bangkang, Dusun I Sokaraja Tengah, Sokaraja Tengah, Kec. Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53181

Nomor Telfon : -



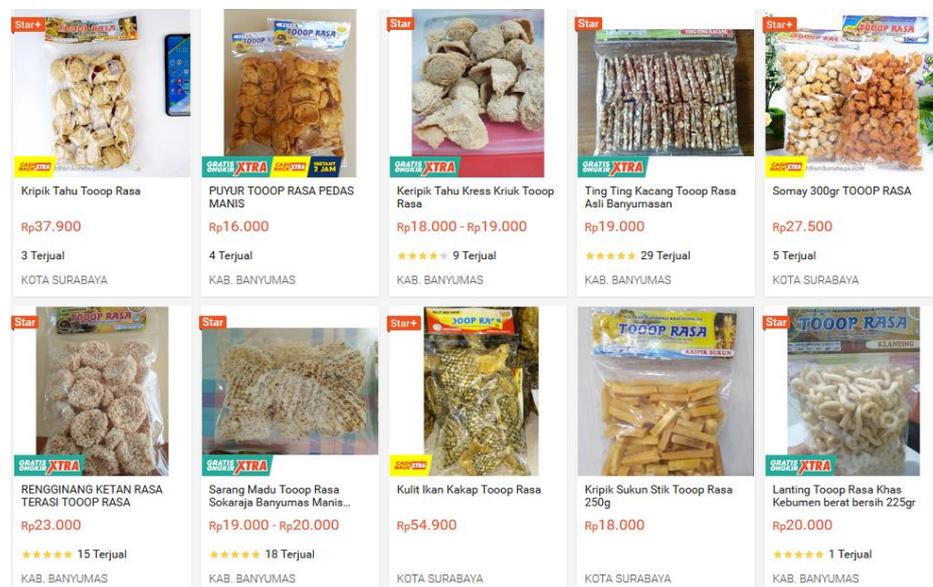
Gambar 3. 7Data Visual Kripik
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tooop Rasa adalah sebuah usaha kecil menengah (UKM) yang berlokasi di Jl. Karang Bangkang, Dusun I Sokaraja Tengah, Sokaraja Tengah, Kec. Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53181. Sudah berdiri sejak tahun 1995 yang di dirikan oleh ibu ami selaku owner dari tooop rasa sendiri. Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada narasumber di dapatkan beberapa informasi diantaranya adalah tentang jenis

olahan makanan yang di produksi atau beberapa makanan yang hanya di packing dan di beri label nama tooop rasa. Dari informasi yang di dapat bahwasanya tooop rasa sudah melakukan distribusi ke berbagai daerah di jawa tengah seperti yogya,solo,cilacap dan sekitarnya. Serta sudah memiliki banyak karyawan yang bekerja di bagian produksi olahan makanan dan kripik dari tooop rasa. Adapun dalam membuat pisang sendiri yaitu menggunakan jenis pisang renggalek dan diberi perasa nabati agar memiliki manis yang pas. Serta produk ini juga sudah memiliki logo halal dan sudah sesuai standar P.IRT.

3.2.6 Promosi yang pernah dilakukan:

Tujuan dari promosi sendiri adalah untuk mengenalkan produk serta me-masarkan nya sejauh mungkin. Adapun upaya dari Tooop Rasa itu sendiri dapat memasarkan nya yaitu dengan cara sebagai berikut:



Gambar 3. 8 Online shop yang menjual tooop rasa
Sumber : dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 9 Google Map Lokasi Toop Rasa
Sumber : dokumentasi Pribadi

3.2.7 Analisis SWOT, USP dan Positioning

Table 1.1 Analisis SWOT

a. Analisis SWOT

| | Ninong Snack | Kemil kemil | Tooop Snack |
|----------------------|---|--|---|
| Strengths | <ul style="list-style-type: none"> - Sudah memiliki banyak titik penjualan - Memiliki harga yang lebih murah dari kompetitor | <ul style="list-style-type: none"> - Penyebaran di wilayah barlimascakeb | <ul style="list-style-type: none"> - Variant produk cukup banyak |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> -Meski mempunyai titik penjualan besar, namun jumlah retur produk cukup banyak -Kemasan tidak standar dan belum menggunakan ziplock dan alumunium foil | <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memiliki online shop - Hanya tersedia olahan pisang tidak ada olahan selain pisang. | <ul style="list-style-type: none"> -Kemasan tidak memiliki ziplock |
| Opportunities | <ul style="list-style-type: none"> -Bisa menjadi leader market jakarta | <ul style="list-style-type: none"> -Bisa memasuki pasar jawa tengah lebih luas lagi | <ul style="list-style-type: none"> -Bisa memasuki pasar jawa timur |
| Threats | <ul style="list-style-type: none"> - Kompetitor memiliki keamsa lebih bagus -Barang baku yang tidak stabil | <ul style="list-style-type: none"> - Saat barang baku susah ditemui | <ul style="list-style-type: none"> - Saat harga barang baku naik |

b. USP

Setiap bisnis harus memiliki hal unik yang membedakan produk mereka dari produk pesaing, hal ini disebut *Unique Selling Proposition* (USP). USP membuat produk menjadi lebih istimewa dari produk lain[13]. Tanpa USP, perusahaan akan kesulitan berkompetisi dan kehilangan persaingan dengan pesaing lain. Pada UMKM ninong snack sendiri memiliki keunikan yaitu memiliki beraneka ragam variant rasa yang di bandingkan oleh kompetitor yang ditulis oleh penulis.

c. Positioning

Positioning adalah memasang sebuah merek pada segmen pasar dimana merek tersebut akan menerima respon positif dibandingkan dengan produk pesaingnya[14]. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), positioning adalah proses merancang produk dan strategi pemasaran untuk membuat kesan yang spesifik dalam memori konsumen, adapun positioning dari ninong snack sendiri yaitu sebagai salah satu pelopor ukm lainnya di purwokerto yang mempoporikan produk makanan sehat yang memiliki berbagai rasa.

Desember 2022-Februari 2023

Table 4 Perancangan Jadwal Desember 2022 – Februari 2023

| No | Bulan | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
|----|-------------------|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | Minggu ke- | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Pengumpulan data | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Pengolahan data | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Analisis hasil | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Pembuatan laporan | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Konsep desain | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Pembuatandesain | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Persiapan pameran | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Ujian TA | | | | | | | | | | | | |

Maret-Mei 2023

Table 5 Perancangan Jadwal Maret – Mei 2023

| No | Bulan | Maret | | | | April | | | | Mei | | | |
|----|-------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | Minggu ke- | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Pengumpulan data | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Pengolahan data | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Analisis hasil | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Pembuatan laporan | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Konsep desain | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Pembuatan desain | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Persiapan pameran | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Ujian TA | | | | | | | | | | | | |

3.3 Kerangka Penelitian

