

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini berisi pemaparan terkait jenis pendekatan, metode, serta pengumpulan data apa saja yang digunakan dalam pembuatan penelitian ini. Termasuk juga dengan komponen-komponen pendukungnya.

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan dengan metode kualitatif deskriptif. Jenis pendekatan ini merupakan metode penelitian yang datanya didapat melalui wawancara, observasi, studi literatur, *focused group discussion* ataupun metode lainnya. Metode penelitian dengan jenis ini merupakan metode yang dapat menghasilkan data deskriptif dalam bentuk lisan maupun tulisan dari orang – orang serta perilaku masyarakat yang terkait [19]. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif ini, akan dijelaskan terkait D’Grunara berdasarkan data – data yang didapat melalui wawancara, observasi, dan juga studi literatur yang terkait pada penelitian ini.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Dalam poin ini, akan dijelaskan mengenai objek dan juga subjek yang akan diteliti. Subjek penelitian merupakan sebuah nilai dari seseorang atau sifat, sedangkan objek penelitian merupakan sebuah kegiatan atau variabel yang memiliki variasi tertentu sehingga memiliki kesimpulan yang dapat [20]. Objek penelitian dari perancangan yang sedang penulis buat adalah D’Grunara. Salah satu usaha yang menjual berbagai macam tanaman hias berupa kaktus dan sukulen yang berdiri sejak 13 Maret 2021, bertempat di Citeureup Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pemilik usaha D’Grunara, yaitu Ismi Muftahdina.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data primer dan juga sekunder merupakan jenis data yang digunakan pada perancangan penelitian ini. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung pada objek penelitian yang dituju, melalui metode wawancara, observasi dan lainnya. Sedangkan data sekunder merupakan pengumpulan data yang didapat secara tidak langsung, seperti dengan studi literatur [20]. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik kebun D'Grunara dan observasi secara langsung. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan menggunakan studi literatur yang diambil langsung dari jurnal, buku, dan internet.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang memiliki beberapa informasi terkait suatu objek tertentu yang dapat dijadikan sebagai pelengkap data, sehingga data yang didapat menjadi akurat [20]. Maka dari itu penulis menetapkan beberapa informan pada penelitian ini, yaitu Jilan Sofia, Syahrani Alfikri dan Annisa Hardiarti selaku para konsumen yang pernah membeli produk D'Grunara.

Alasan menetapkan Jilan Sofia, Syahrani Alfikri dan Annisa Hardiarti sebagai informan dikarenakan mereka memiliki pandangan tersendiri terkait kualitas produk serta kekurangan apa yang dimiliki D'Grunara.

3.1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi secara langsung.

a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab [20] Sehingga setelah melakukan wawancara, akan didapatkan data -

data pendukung yang dapat digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemilik kebun D'Grunara dan juga konsumennya.

b. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan yang dilakukan pada objek penelitian untuk mendapatkan data tertentu [20]. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara mendatangi secara langsung kebun D'Grunara di Kabupaten Bogor.

c. Studi Literatur

Studi literatur merupakan tahap pencarian data untuk sebuah penelitian yang diambil berdasarkan jurnal atau penelitian terdahulu, serta dari buku-buku yang relevan dengan penelitian yang sedang dibuat. Penelitian ini menggunakan studi literatur yang diambil dari beberapa jurnal, buku dan juga penelitian-penelitian terdahulu terkait identitas visual untuk melengkapi beberapa data dalam penelitian ini.

3.1.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*). SWOT sendiri merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan dari suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya [21]. Biasanya terdiri dari beberapa faktor sistematis yang berfungsi untuk merumuskan sebuah strategi pemasaran. Maka dari itu, SWOT dalam penelitian ini adalah tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman apa saja yang dimiliki dan yang akan dihadapi oleh D'Grunara.

3.1.7 Identifikasi Data

Dalam poin ini, berisi pemaparan terkait profil serta sejarah instansi terkait yang menjadi objek penelitian pada perancangan ini. Selain itu terdapat juga studi kompetitor yang didalamnya terdapat uraian terkait kompetitor dari instansi yang dikaji pada pembuatan perancangan ini.

3.1.8 Profil dan Sejarah D'Grunara

Nama *Brand* : D'Grunara
 Tagline *brand* : “Hijauin Aja”
 Produk : Kaktus & Sukulen
 Alamat *Brand* : Jln. Kampung Taringgul No. 31, RT 03/RW 03,
 Tarikolot, Kecamatan Citeureup, Kabupaten
 Bogor, Jawa Barat, 16810.

D'Grunara berdiri pada tanggal 13 Maret 2021, dan dirikan oleh Ismi Muftahdina yang merupakan Mahasiswi jurusan Agroteknologi Pertanian di Universitas Djuanda. D'Grunara ini merupakan usaha pertama yang ia dirikan, dengan dibantu oleh tiga temannya yakni Fathiati Fuaadah dan Widi Prihastati. Nama “D'Grunara” sendiri diambil dari nama-nama para pendiri dan juga nama dari salah satu jenis sukulen, yang akhirnya digabungkan menjadi “D'Grunara”. Produk yang dijual oleh D'Grunara berfokus pada tanaman hias berjenis kaktus dan sukulen. Oleh karena itu, *tagline* yang diangkat D'Grunara pun sangat mempresentasikan produk yang mereka tawarkan, karena selain dapat mempercantik serta menyejukkan ruangan dan juga suasana. Kaktus dan sukulen yang mereka produksi dapat mengimplementasikan pelestarian lingkungan dengan menggunakan media tanam dan pupuk organik yang berasal dari alam. D'Grunara membuat pupuk organik sendiri dengan berbahan utama kotoran kambing yang diayak lalu diolah hingga menjadi sebuah pupuk.

Pemilik D'Grunara ini memang sudah memiliki ketertarikan pada dunia pertanian sejak ia masih duduk di bangku SMP. Maka dari itu, ia

memilih untuk mendalami ilmu teknologi tentang pertanian dengan mempelajari jurusan Agroteknologi di kampusnya, supaya ia dapat terjun langsung ke lapangan dan membuka kebun miliknya sendiri.

Berawal dari keinginan yang kuat untuk dapat mandiri secara finansial, dengan bermodalkan ilmu yang ia dapat, Ismi Muftahdina yang tidak lain pemilik dari usaha D'Grunara ini pun mencoba membeli 30 buah pot sukulen terlebih dahulu untuk coba ia budidayakan. Seiring dengan berjalannya waktu, semakin hari kaktus dan sukulen tersebut pun semakin bertambah banyak. Sampai akhirnya, karna ia berhasil merawat tanaman-tanamannya dengan benar dan sungguh-sungguh, tanaman yang awalnya hanya sedikit pun semakin hari jumlahnya semakin bertambah. Dengan mengoptimalkan lahan yang ia miliki, saat ini Ismi telah memiliki lebih dari 500 buah kaktus dan sukulen dari berbagai jenis yang tersedia di kebun miliknya.

Walaupun demikian, strategi pemasaran yang dilakukan oleh D'Grunara ini masih melalui mulut ke mulut saja, namun terkadang Ismi suka mengunggah foto tanamannya melalui *snap whatsapp*, dengan menggunakan *caption* yang ia buat sendiri dan tanpa menggunakan *caption* promosi. Penjualannya pun masih sebatas penjualan secara *offline*, dan belum dapat dijual secara *online*, dikarenakan usaha ini belum memiliki identitas visual yang jelas serta strategi pemasaran yang begitu matang.



Gambar 3.1 Daftar Kaktus & Sukulen D'Grunara
Sumber : Hasil Observasi Penulis



Gambar 3.2 *Postingan Snap Whatsapp Ismi Muftahdina*
Sumber : Hasil Observasi Penulis



Gambar 3.3 *Kaktus & Sukulen D'Grunara*
Sumber : Hasil Observasi Penulis

No	Nama Kaktus atau Sukulen	Harga
1	Sedum burrito	Rp 10.000
2	Sedeveria harry Butterfield	Rp 10.000
3	Crassula arborescens	Rp 15.000
4	Cotyledon tomentosa	Rp 10.000
5	Sedum adolphii firestorm	Rp 12.000
6	Echeveria harmsii ruby slippers	Rp 12.000
7	Haworthia cymbiformis	Rp 10.000
8	Pachyphytum oviferum	Rp 15.000
9	Echeveria runyonii topsy turvy	Rp 12.000
10	Crassula gollum	Rp 12.000
11	Mammillaria elongata	Rp 15.000
12	Mammillaria gracilis	Rp 13.000
13	Echeveria lemon lime	Rp 15.000
14	Faucaria Tigrinya	Rp 15.000
15	Opuntia mycrodasys	Rp 15.000
16	Haworthia reinwardtii	Rp 18.000
17	Echeveria geby superbum	Rp 15.000
18	Kalanchoe humilis	Rp 10.000
19	Echeveria black prince	Rp 15.000
20	Hoya kerrii	Rp 18.000
21	Kalanchoe tomentosa	Rp 12.000
22	Opuntia cylindropuntia cristata	Rp 10.000
23	Gasteria little warty	Rp 15.000
24	Agavoides	Rp 15.000
25	Portulacaria afra	Rp 15.000
26	Portulacaria Afra hijau	Rp 12.000

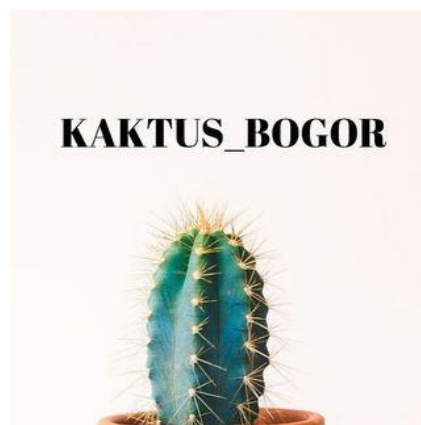
Tabel 3.1 Daftar Harga Kaktus dan Sukulen D'Grunara

Sumber : Hasil Observasi Penulis

3.2 Studi Kompetitor

3.2.1 Kaktus Bogor

Nama *Brand* : Kaktus Bogor
 Produk : Kaktus dan Sukulen
 Alamat *Brand* : Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.



Gambar 3.4 Logo dan Tanaman Milik Kaktus Bogor
 Sumber : https://instagram.com/kaktus_bogor



Gambar 3.5 Instagram Milik Kaktus Bogor
 Sumber : https://instagram.com/kaktus_bogor

Berdasarkan data yang telah didapat melalui internet, Kaktus Bogor merupakan salah satu *brand* sejenis yang menjual produk sukulen dan juga kaktus di wilayah Bogor. Pada budidayanya, toko ini menggunakan pupuk

NPK atau pupuk buatan untuk memproduksi tanamannya. Cara pemasaran yang dilakukan toko ini yakni dengan menjual produknya secara langsung melalui toko yang terletak di pinggir jalan, dan juga memasarkannya melalui online dengan menggunakan media Instagram. Seringkali mereka mengadakan promo diskon pada hari tertentu untuk menarik minat pelanggan. Harga yang ditawarkan dari toko ini juga cukup terjangkau, mulai dari lima belas ribu per itemnya. Selain itu, toko ini juga sudah dapat melakukan pengiriman produk jarak jauh dengan menggunakan jasa kirim yang memadai.

Berdasarkan keterangan tersebut, toko ini memang lebih unggul dari segi pemasarannya, namun tidak dengan media tanam yang dipakai. Toko ini masih menggunakan pupuk buatan sebagai campuran media tanamnya, sedangkan D'Grunara telah menggunakan pupuk organik yang berbahan dasar kotoran hewani sebagai campuran pada media tanamnya, sehingga produk yang dihasilkan pun lebih berkualitas.

3.2.2 Dkactus

Nama *Brand* : Dkactus
 Produk : Kaktus dan Sukulen
 Alamat *Brand* : Parung Panjang, Bogor, Jawa Barat.



Gambar 3.6 Logo DKactus

Sumber : https://instagram.com/dkactus_



Gambar 3.7 Laman Instagram dan Penjualan On The Road DKactus
 Sumber : https://instagram.com/dkactus_



Gambar 3.8 Laman E-commerce DKactus
 Sumber : https://shopee.co.id/dkactus_

Berdasarkan data yang telah didapat melalui internet, Dkactus merupakan salah satu *brand* sejenis yang menjual produk sukulen dan juga kaktus. Harga produk yang ditawarkan Dkactus masih relatif terjangkau, kisaran sepuluh ribu hingga ratusan ribu per itemnya, tergantung dari jenis dan ukurannya. Media tanam yang dipakai oleh Dkactus ini juga masih menggunakan pupuk NPK atau pupuk buatan untuk tanamannya. Pemasaran produk yang dilakukan Dkactus adalah dengan mengandalkan Instagram dan juga *ecommers*. Maka dari itu, produk milik Dkactus ini telah

dapat dikirim hingga keluar kota dengan menggunakan jasa kirim yang memadai. Selain itu, untuk bisa dikenal oleh lebih banyak konsumen, tidak jarang Dkaktus melakukan penjualan secara *on the road* pada setiap akhir pekan.

Berdasarkan keterangan tersebut, toko ini juga lebih unggul dari segi pemasarannya. Sama seperti kompetitor sebelumnya, toko ini juga masih menggunakan pupuk buatan pada media tanamnya.

3.3 Analisis SWOT, USP dan *Positioning*

3.3.1 Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*)

Dalam merintis sebuah bisnis, alangkah baiknya jika bisnis tersebut memiliki strategi yang baik sebelum dipasarkan. Dalam menyusun strategi yang baik, dapat dilakukan dengan cara menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman yang akan dihadapi . Berbagai hal yang dapat di analisis tersebut sering disingkat sebagai SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*). SWOT sendiri merupakan salah satu cara untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan dari suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya [21]. Berikut adalah analisis SWOT dari D’Grunara:

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pupuk organik yang lebih baik dibanding dengan pupuk kimia. - Tanaman D’Grunara dapat bertahan lama dalam jangka waktu lama. - Tidak perlu menghabiskan banyak biaya untuk perawatannya, karna 	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi yang digunakan masih sebatas dari mulut ke mulut saja. - Belum memiliki identitas visual. - Produk D’Grunara belum dapat dikirim ke luar daerah.

menggunakan pupuk organik yang dapat dibuat sendiri.	
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Adanya minat masyarakat terhadap tanaman hias. - Tidak adanya kompetitor yang menggunakan pupuk organik sebagai komponen media tanamnya. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kompetitor yang menjual produk sejenis di wilayah Kabupaten Bogor. - Kompetitor lebih aktif dalam pemasaran produknya.

Tabel 3.2 Analisis SWOT
 Sumber : Data Olahan Penulis

3.3.2 *Unique Selling Point*

Pada sebuah usaha atau *brand* biasanya memiliki sebuah keunikan produk yang dapat ditonjolkan, sehingga hal tersebut dapat menjadi pembeda antar usaha lain maupun usaha sejenis. *Unique Selling Point* atau biasa disingkat dengan USP merupakan sebuah keunikan yang dimiliki oleh suatu produk sehingga memiliki nilai lebih dibanding produk lainnya, keunikan inilah yang akan menjadi ciri dari produk tersebut [22]. Adapun keunikan yang dimiliki D'Grunara yaitu, dalam budidaya sukulen dan kaktusnya, D'Grunara menggunakan pupuk organik yang diolah sendiri dengan berbahan dasar kotoran hewani. Hal tersebutlah yang membuat tanaman – tanaman yang diproduksi oleh D'Grunara dapat bertahan lama.

3.3.3 *Positioning*

Positioning merupakan tindakan merancang produk serta bauran pemasaran supaya dapat terciptanya kesan tertentu dibenak konsumen [22]. Maka dari itu posisi sebuah usaha harus ditentukan dengan baik supaya dapat lebih unggul dari kompetitor lainnya. Adapun strategi *positioning* dari

D'Grunara yakni, D'Grunara menempatkan usahanya sebagai satu - satunya toko yang menjual tanaman hias dengan menggunakan pupuk organik sehingga tanamannya dapat bertahan lama.

3.4 Target Audience

3.4.1 Segi Demografis

- a. Umur : 18 – 30 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- c. Pendidikan : Segala Jenis Pendidikan
- d. Ekonomi : Menengah Bawah – Atas
- e. Pekerjaan : Pelajar, Pegawai, Ibu Rumah Tangga

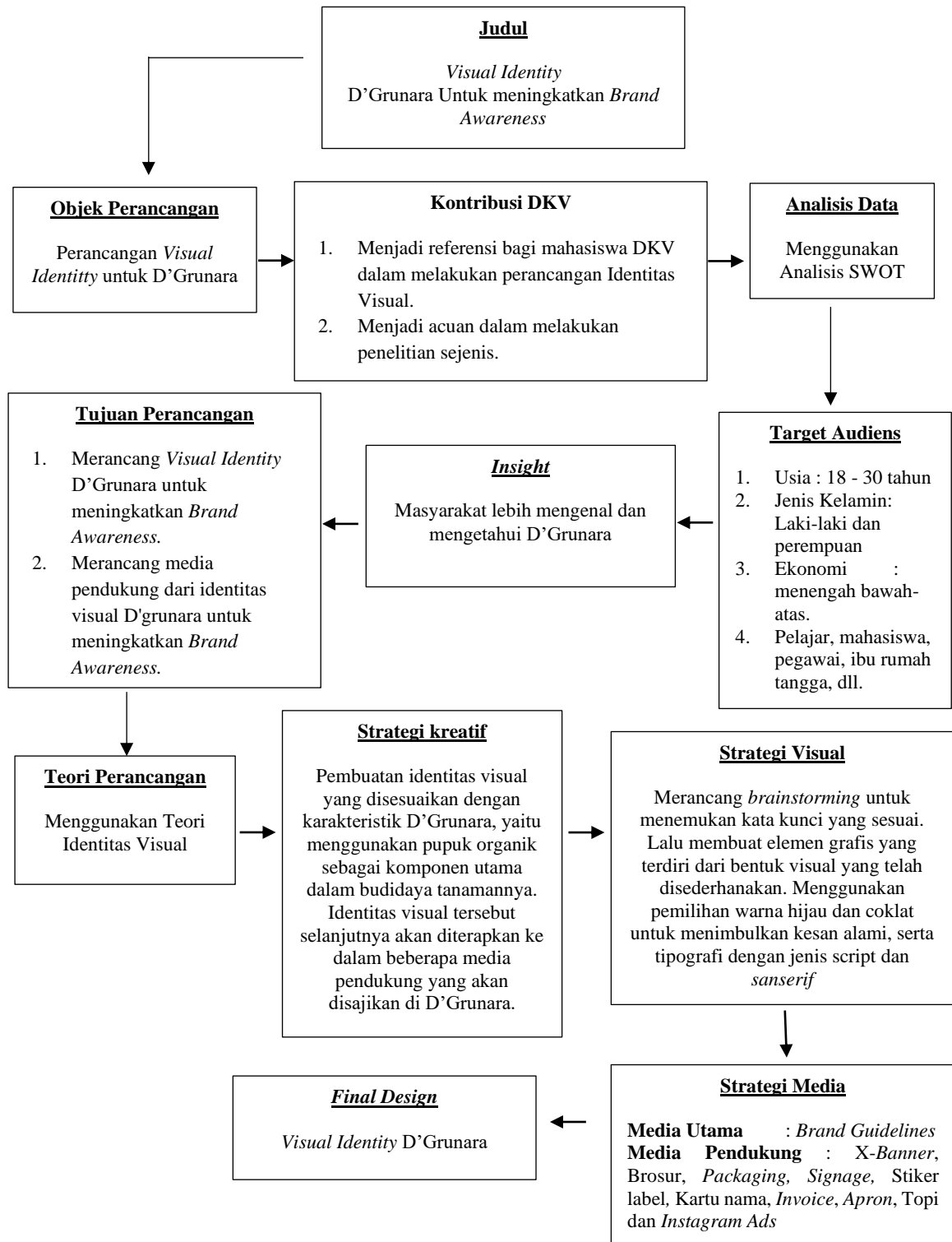
3.4.2 Segi Geografis

- a. Lingkungan : Suburban
- b. Kota : Kabupaten Bogor
- c. Provinsi : Jawa Barat

3.4.3 Segi Psikografis

- a. Minat : Penyuka tanaman hias, Kolektor tanaman hias
- b. Opini : Masyarakat yang menyukai tanaman dengan kualitas terbaik, memiliki umur yang panjang, harga yang terjangkau dan memiliki banyak ragam varian, serta masyarakat yang memiliki hobi berkebun atau bercocok tanam.

3.5 Kerangka Penelitian



Tabel 3.3 Kerangka Penelitian
Sumber : Data Olahan Penulis

3.6 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan											
		Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Apr-Mei	
1.	Pencarian Topik dan Fenomena	■											
2.	Penentuan Judul Penelitian		■										
3.	Pengumpulan Data			■									
4.	Penyusunan Proposal			■									
5.	Analisis Data				■	■							
6.	Wawancara Dan Observasi					■	■	■	■				
7.	Pengajuan Seminar Proposal									■			
8.	Seminar Proposal										■		
9.	Revisi										■		
10.	Perancangan Karya											■	

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian
 Sumber : Data Olahan penulis