

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian adalah cara yang digunakan dalam sebuah penelitian ilmiah untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan cara ilmiah [15]. Dalam hal ini, cara ilmiah yang dimaksud adalah dengan memperhatikan tiga hal yaitu rasional, empiris dan sistematis dalam proses penelitian.

3.1.1. Jenis Pendekatan

Pada perancangan ini jenis Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi secara rinci dan mendalam tentang kondisi dan proses, serta hubungan atau keterkaitan yang ditemukan dalam hal-hal penting yang diteliti [16]. Pendekatan kualitatif ini dipilih dikarenakan dapat memahami secara langsung tentang objek yang diteliti. Hal ini memungkinkan data dan informasi yang diperoleh dalam kondisi asli dan alamiah. Dengan demikian, pendekatan kualitatif ini dapat memberikan gambaran yang lebih detail dan komprehensif tentang objek yang diteliti.

3.1.2. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono, objek penelitian adalah sesuatu yang memiliki variasi tertentu, seperti atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan, yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya [15]. Objek pada penelitian ini adalah toko Gudang Sayur Purwokerto.

Subjek penelitian memegang peranan penting dalam sebuah penelitian, sehingga harus ditentukan dengan benar

sebelum data dikumpulkan. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal, atau individu [15]. Dalam perancangan ini subjek yang dijadikan acuan adalah Ikhsanudin selaku pemilik dari Gudang Sayur Purwokerto

3.1.3. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh penulis melalui proses wawancara dan observasi terhadap para narasumber. Data primer ini sangat penting karena merupakan sumber utama dalam penelitian [17]. Berdasarkan penjelasan tersebut yang menjadi sumber data primer adalah pemilik dari Gudang Sayur Purwokerto yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi yang dilakukan secara langsung di tempat, selain pemilik Gudang Sayur Purwokerto data primer juga dapat diperoleh dari responden kuesioner konsumen maupun calon konsumen Gudang Sayur Purwokerto.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bisa bersumber dari buku, jurnal dan dokumen lainnya [17]. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah studi literatur untuk menunjang referensi dan teori dalam perancangan ini.

3.1.4. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang diwawancarai oleh penulis dalam proses penelitian. Mereka memiliki data dan memahami informasi tentang objek yang akan diteliti [15]. Mereka memainkan peran penting dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *sampling purposive*

untuk memilih informan yang sesuai dengan objek perancangan. Dengan menggunakan teknik ini, penulis dapat menentukan sumber data yang memiliki tujuan tertentu dan memahami objek penelitian dengan baik, serta menjamin validitas dari data yang diperoleh [15]. Berdasarkan teori tersebut maka penulis memilih pemilik Gudang Sayur Purwokerto, Ikhsanudin sebagai informan penelitian, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data aktual yang berhubungan dengan informasi dan permasalahan yang terdapat pada Gudang Sayur Purwokerto.

3.1.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data ada beberapa metode yang digunakan antara lain sebagai berikut.

a) Observasi

Teknik observasi merupakan metode yang digunakan oleh penulis untuk mengeksplorasi dan menemukan makna dari fenomena yang terjadi, dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di tempat penelitian berlangsung [15]. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan detail tentang permasalahan yang diteliti. Selain itu, observasi juga memberikan kesempatan untuk mengumpulkan data dan informasi yang tidak dapat diperoleh melalui wawancara saja.

b) Wawancara

Wawancara ialah kegiatan tanya jawab ataupun percakapan secara lisan antara dua orang untuk memperoleh informasi. Data dari wawancara diperlukan oleh penulis dalam membantu proses penelitian [18]. Melakukan wawancara secara mendalam untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertemu langsung dengan sumber informasi, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang topik yang diteliti. Wawancara yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai Gudang Sayur

Purwokerto menggunakan teknik wawancara secara tidak terstruktur. Wawancara yang tidak terstruktur adalah teknik wawancara yang dilakukan secara tidak terikat dengan pedoman yang tersusun dengan baik, yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan [15]. Wawancara digunakan penulis sebagai sumber informasi tentang objek yang diteliti.

c) Dokumentasi

Dokumentasi ialah proses pengumpulan, pemilihan, penyimpanan informasi ataupun pengumpulan bukti seperti gambar, kutipan, dan referensi lainnya [19]. Data dokumentasi digunakan sebagai pelengkap informasi dari data yang dikumpulkan sebelumnya seperti observasi dan wawancara. Dengan metode dokumentasi dapat diperoleh data seperti gambar-gambar sebagai pelengkap informasi yang dibutuhkan penulis.

d) Studi Literatur

Metode studi literatur merupakan proses yang meliputi kegiatan-kegiatan seperti pengumpulan data dari sumber-sumber pustaka, pembacaan dan pengambilan catatan, serta pengelolaan bahan-bahan penelitian. Ini merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, dan lainnya [20]. Dengan metode ini, penulis dapat mengumpulkan data yang valid dan komprehensif untuk digunakan dalam penelitian .

3.1.6. Metode Analisis Data

Analisis SWOT adalah proses yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan suatu perusahaan secara sistematis dan menggunakan faktor-faktor

tersebut untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam proses ini, manajemen perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor eksternal yang tidak dapat dikontrol dan faktor-faktor internal yang dalam kendali manajemen. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) [21]. Melakukan analisis SWOT pada Gudang Sayur Purwokerto dan membandingkannya dengan kompetitor akan mempermudah proses *rebranding* dalam menentukan unique selling proposition (USP) dan positioning yang tepat. Tujuannya adalah untuk menemukan faktor unik yang membedakan brand ini dari kompetitor lainnya dan menempatkannya sesuai dengan persepsi konsumen.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1. Data Lapangan



Gambar 3. 1 Logo Gudang Sayur Purwokerto
(sumber: Dokumentasi Perusahaan)

a) Data Profil Perusahaan

Nama Toko	: Gudang Sayur Purwokerto
Pemilik	: Ikhsanudin
Produk	: <i>Food & Beverage</i>
Sosial Media	: @gudangsayur_purwokerto
Alamat	: Pekaja Rt5/Rw2 Kalibagor, Banyumas
Telepon	: 0857-7433-5774
Email	: Gudangsayur.pwt@gmail.com

b) Sejarah Perusahaan

Gudang Sayur Purwokerto merupakan sebuah distributor sayur yang dirintis pada tahun 2017 oleh Ikhsanudin, pemilihan nama Gudang Sayur Purwokerto dibuat oleh ikhsanudin secara spontan dan tidak memiliki arti yang spesifik. dari awal Gudang Sayur Purwokerto menjalankan model bisnis, B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*) pada awal merintis usaha ini ikhsanudin selaku pemilik sudah menggunakan sosial media sebagai media promosinya, Gudang Sayur Purwokerto menjadi salah satu yang menjual sayurnya secara *online* dikarenakan pada tahun tersebut masih jarang distributor sayur yang menggunakan sosial media sebagai tempat proses jual beli, namun dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang *branding* dan promosi, Ikhsanudin akhirnya hanya fokus kepada *Business to Business (B2B)* dengan menyuplai ke rumah makan kecil dan pasar yang kerjasamanya perkontrak.

seiring bertambahnya tahun saat ini Gudang Sayur Purwokerto sudah tidak menyuplai ke rumah makan kecil seperti masakan padang dan lain-lain dikarenakan masalah kerjasama yang berkaitan dengan pembayaran, lalu Ikhsanudin sebagai pemilik mencoba menawarkan kerjasama dengan *merchant* yang lebih besar, saat ini Gudang Sayur Purwokerto menyuplai ke berbagai *merchant F&B* seperti Alfamidi, Hokben, Janjijiwa, Bebek haji Selamat dan Lumpia bom. Gudang Sayur Purwokerto mengambil hasil produk pertanian dari daerah Wonosobo, saat ini Gudang Sayur Purwokerto menjual 200 *item* produk agrikultur.



Gambar 3. 2 Gudang Sayur Purwokerto kerjasama Alfamidi
(sumber: Dokumentasi Perusahaan)

c) Hasil Observasi dan Wawancara

Gudang Sayur Purwokerto adalah distributor sayur yang memiliki 2 model bisnis, yaitu B2B dan B2C. Namun, saat ini mereka hanya fokus pada model bisnis B2B karena Ikhsanudin selaku pemilik kurang mengetahui cara branding dan promosi yang menarik untuk pasar B2C. Gudang Sayur Purwokerto mengambil produk pertanian dari Wonosobo dan menyimpan produk mereka di lapak pasar Sokaraja. Kantor dan tempat packing Gudang Sayur Purwokerto berada di sebuah gedung LKS (Lembaga Kesejahteraan Sosial) yang dikelola oleh keluarga besar Ikhsanudin.



*Gambar 3. 3 Proses Packing
(sumber: Dokumentasi Penulis)*








*Gambar 3. 4 Proses pengiriman
(sumber: Dokumentasi perusahaan)*

Gudang Sayur Purwokerto memperkerjakan 2 armada supir untuk mengantar produk ke konsumen biasa ataupun *merchant*. Gudang Sayur Purwokerto juga melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti Kopi Kenangan, Hokben, Bebek Haji Selamat, Cak Holik dan lain-lain. Salah satu kerjasama yang dilakukan oleh Gudang Sayur Purwokerto adalah dengan seluruh Alfamidi yang berada di Kabupaten Banyumas dan Cilacap. Kerjasama ini membantu Gudang Sayur Purwokerto dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Gudang Sayur Purwokerto juga terus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan harga jual yang kompetitif kepada *merchant* agar dapat mempertahankan eksistensi di dunia B2B. Selain kerjasama dengan beberapa perusahaan, Gudang Sayur Purwokerto juga melakukan pemasaran melalui media online, seperti sosial media dan *ecommerce*, namun hal ini tidak diiringi dengan *branding* dan promosi yang menarik, sehingga dari sisi B2C Gudang Sayur Purwokerto mengalami kesulitan. Padahal, pasar B2C sangat penting untuk menjaga perputaran uang dalam usaha tersebut, menurunnya daya beli dari sisi B2C menyulitkan Gudang Sayur Purwokerto dari sisi perputaran uang, karena sistem pembayaran yang digunakan pada pasar B2C adalah tunai, sedangkan pasar B2B menggunakan sistem pembayaran tempo. Untuk dapat tetap berjalan, Gudang Sayur Purwokerto harus memastikan bahwa perputaran uang yang keluar dan masuk seimbang yaitu dengan menaikkan tingkat penjualan dari sisi B2C. Gudang Sayur Purwokerto juga selalu memperhatikan kualitas produk dan harga jual yang kompetitif di sisi B2C dikarenakan Gudang Sayur Purwokerto dipercaya sebagai vendor supplier sayur ke beberapa perusahaan yang menandakan kalau harga produk dan kualitas dari Gudang Sayur






Purwokerto cukup kompetitif, hal tersebut bisa menjadi kelebihan Gudang Sayur Purwokerto saat memasuki dunia B2C jika diiringi dengan *branding* dan promosi yang menarik.

d) Data Produk

Gudang Sayur Purwokerto menjual berbagai kebutuhan sayur, untuk segi kemasan sudah memakai *styrofoam* yang di laminating plastik seperti kebanyakan standar *supermarket*. Berikut merupakan beberapa contoh produk Gudang Sayur Purwokerto beserta harganya.

	PAPRIKA HIJAU Produk selalu fresh, di packing rapi sesuai s... IDR 27,000.00
	RAWIT MERAH 100g Produk selalu fresh, di packing rapi sesuai s... IDR 7,000.00
	PAPRIKA MERAH Produk selalu fresh, di packing rapi sesuai s... IDR 40,000.00
	BAWANG BOMBAY Produk selalu fresh, di packing rapi sesuai s... IDR 7,500.00
	CABAI IJO 100gr Produk selalu fresh, di packing rapi sesuai s... IDR 4,500.00

Gambar 3. 6 Produk Dan Harga
(sumber: Dokumentasi Perusahaan)

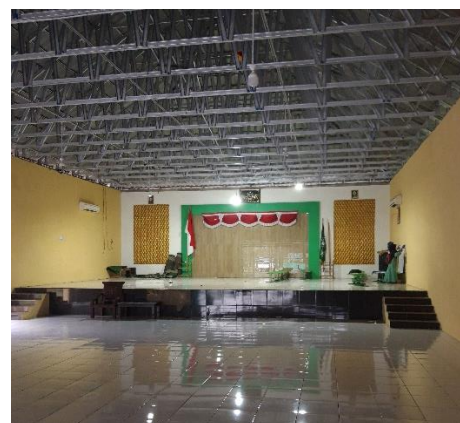
	CESIM Sayur selalu segar, di packing rapi sesuai st... IDR 7,000.00
	TOGE Sayur selalu segar, di packing rapi sesuai st... IDR 5,000.00
	JAMUR TIRAM 100GR Sayur selalu segar, di packing rapi sesuai st... IDR 5,000.00
	DAUN MELINJO / SO Sayur selalu segar, di packing rapi sesuai st... IDR 2,350.00
	KANGKUNG Sayur selalu segar, di packing rapi sesuai st... IDR 5,000.00

Gambar 3. 5 Produk Dan Harga
(sumber: Dokumentasi Perusahaan)

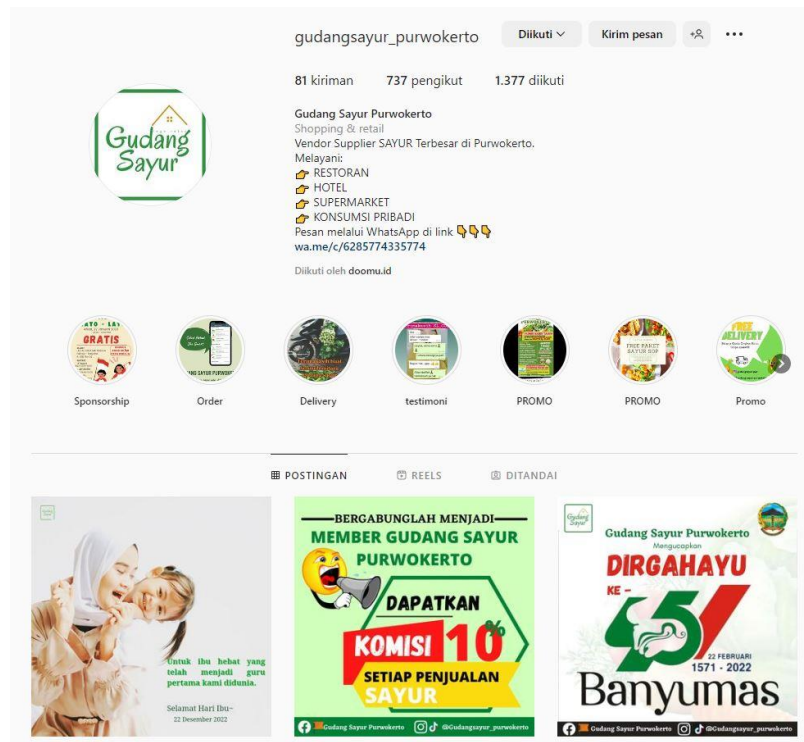
e) Data Visual



Gambar 3. 8 Proses wawancara
(sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3. 7 Gedung LSM
(sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 3. 9 Instagram Gudang Sayur Purwokerto
(sumber: Instagram Gudang Sayur Purwokerto)

3.3 Studi Komparasi

3.2.1. Profil Beceer

Beceer

Gambar 3. 10 Logo Beceer
(sumber: Instagram Beceer)

Nama *Brand* : Beceer
 Instagram : beceerofficial
 Produk : *Food & Beverage*
 Alamat : Jl. Pasar Wage, Kauman Lama, Purwokerto Timur

a) Sejarah Beceer

Beceer merupakan *platform* jual beli sayur, buah-buahan dan produk *F&B* lainnya, Beceer dirintis oleh Bayu Lukman Yusuf pada tahun

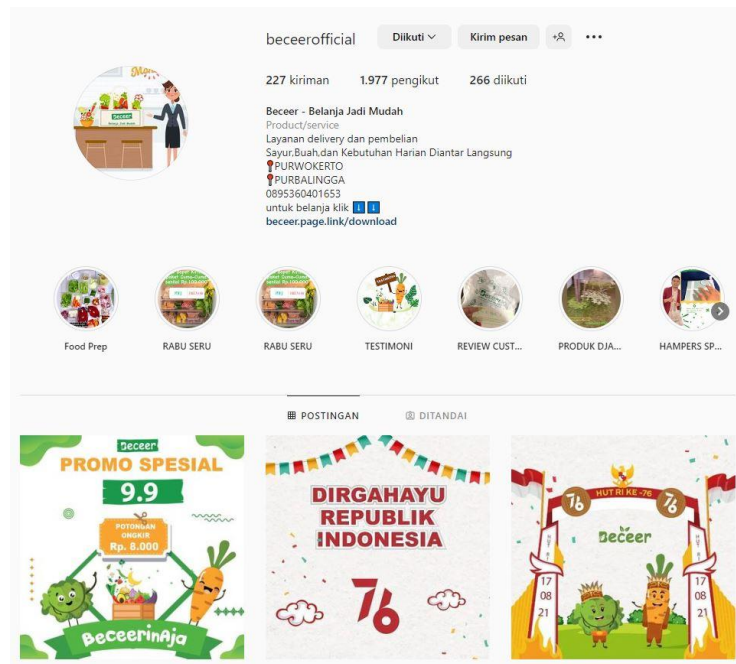
2019 yang memberikan solusi bagi para ibu rumah tangga yang memiliki kendala untuk datang ke pasar, Beceer hadir sebagai pemecah solusi dengan cara menjembatani konsumen yang tidak bisa ke pasar dengan para pedagang di pasar tradisional, dengan memberikan layanan antar ke lokasi.

Beberapa hal yang bisa dibandingkan dengan Gudang Sayur Purwokerto adalah usaha yang dijalankan berasal dari sektor yang sama yaitu agrobisnis dan merupakan satu target *market* karena beberapa produk yang dijual memiliki harga yang sama, ada beberapa kelebihan Beceer yaitu menggunakan *platform* aplikasi sebagai media untuk melakukan pembelian yang dinilai lebih praktis dan lebih ter-digitalisasi serta memiliki *branding* yang menarik karena memiliki visual yang konsisten dan promosi yang menarik.

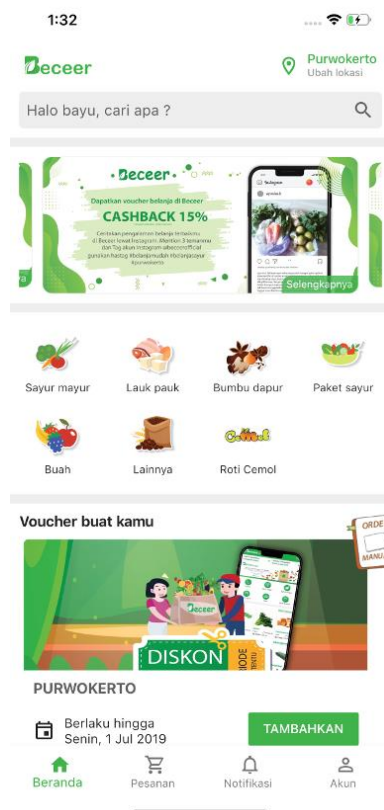
b) Data Produk

Data produk yang ditampilkan merupakan beberapa produk yang dijual oleh Beceer, data produk yang dicantumkan merupakan beberapa bahan pangan yang paling sering dicari, dengan tujuan untuk membandingkan dengan harga jual Gudang Sayur Purwokerto.

Cabai Rawit	: 10.000/100gram
Cabai Merah Kriting	: 40.000/500gram
Bawang Merah	: 16.000/250gram
Bawang Putih	: 13.000/250gram
Bawang Bombay	: 10.000/250gram
Kangkung	: 6.500/ikat
Tomat	: 6.500/250gram
Wortel	: 5.000/250gram
Bayam	: 6.500/ikat
Kembang Kol	: 39.000/kg
Brokoli	: 21.000/500gram



Gambar 3. 11 Profil Instagram Beceer
(sumber: Instagram Beceer)



Gambar 3. 12 Aplikasi Beceer
(sumber: Google.com)

3.2.1. Profil Bakul Sayur Purwokerto

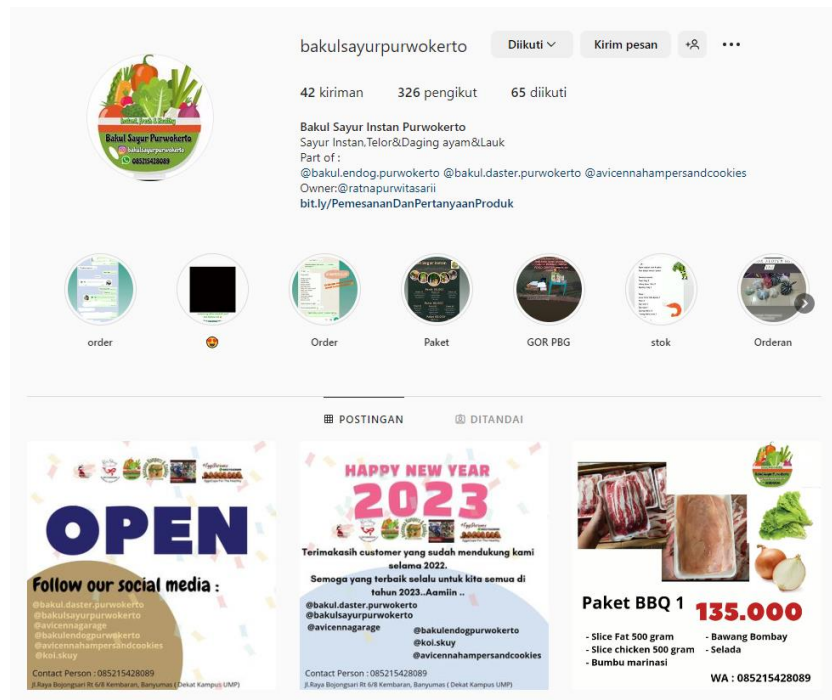


Gambar 3. 13 Logo Bakul Sayur Purwokerto
(sumber: Instagram Bakul Sayur Purwokerto)

Nama <i>Brand</i>	: Bakul Sayur Purwokerto
Instagram	: bakulsayurpurwokerto
Produk	: <i>Food & Beverage</i>
Alamat	: Jl. Raya Bojongsari Rt6 Kembaran, Banyumas

a) Sejarah Bakul Sayur Purwokerto

Bakul Sayur Purwokerto merupakan usaha yang bergerak di bidang *F&B* yang menjual berbagai sayur dan beberapa bahan pangan, saat ini Bakul Sayur Purwokerto hanya menggunakan sosial media untuk melakukan promosi, Bakul Sayur Purwokerto memiliki keunikan dari produk yang dijual yaitu sayur dan lauk pauk yang sudah diracik sedemikian rupa, sehingga konsumen hanya tinggal memasak saja.



Gambar 3. 14 Instagram Bakul Sayur Purwokerto (sumber: Instagram Bakul Sayur Purwokerto)



Gambar 3. 15 Produk Bakul Sayur Purwokerto (sumber: Instagram Bakul Sayur Purwokerto)

3.4 Analisis Data

3.4.1. Analisis SWOT

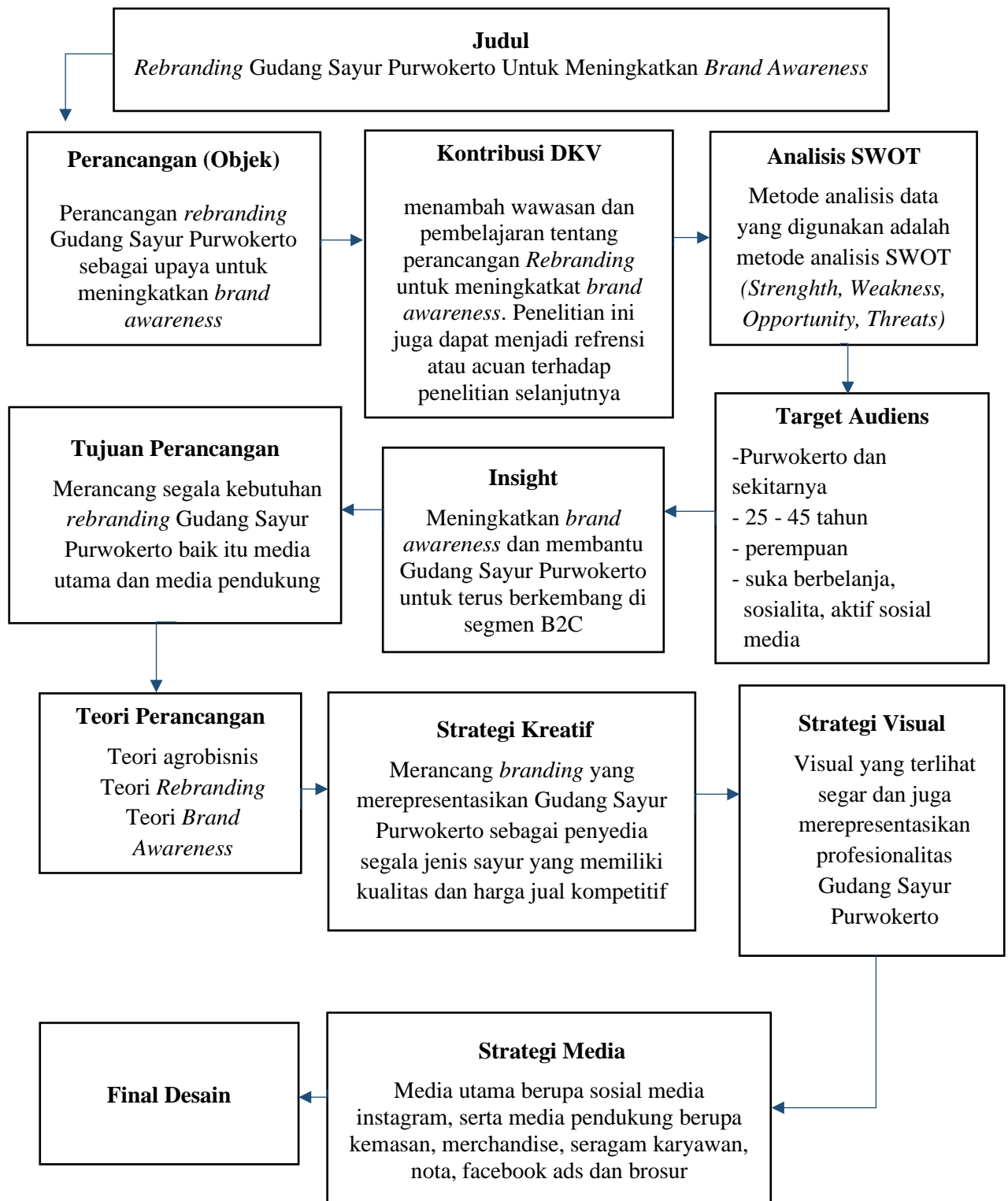
ANALISIS SWOT	Gudang Sayur Purwokerto	Beceer	Bakul Sayur Purwokerto
STRENGTHH	<p>1. harga yang ditawarkan dengan kualitas standar <i>supermarket</i> lebih murah dibanding kompetitor</p> <p>2. dari sisi B2B sudah bekerjasama dengan banyak <i>merchant</i> sehingga sudah tidak diragukan lagi dari sisi kualitas dan harga jual</p>	<p>1. memiliki <i>platform</i> aplikasi sebagai media untuk membeli produknya</p> <p>2. <i>brand</i> lebih dikenal dikarenakan memiliki <i>branding</i> dan promosi yang menarik</p>	<p>1. memiliki keunikan yaitu menjual jenis paket makanan siap masak yang sudah diracik sedemikian rupa.</p>

WEAKNESSES	1. belum memiliki <i>branding</i> yang baik padahal media promosi yang digunakan hanya lewat <i>online</i> namun tidak di <i>manage</i> serius sehingga <i>brand awareness</i> dari Gudang Sayur Purwokerto dinilai masih kurang	1. harga produk cukup mahal untuk standar pasar tradisional 2. ongkos kirim lebih mahal	3. belum memiliki promosi dan <i>branding</i> yang baik
OPPORTUNITIES	1. berpotensi menjadi <i>market leader B2C</i> di industri agrobisnis karena memiliki banyak <i>portofolio</i> kerjasama dengan	1. berpotensi menjadi <i>market leader</i> karena inovasinya yang mengandalkan <i>platform</i> aplikasi menjadi media jual beli	1. memiliki keunikan karena menjual lauk pauk instan yang sudah dicari dan siap dimasak yang bisa menjadi keunikan usaha

	beberapa perusahaan besar sehingga bisa menawarkan kualitas tinggi dengan harga kompetitif		tersebut
THREATS	1. munculnya kompetitor serupa yang memiliki <i>branding</i> yang menarik	1. harga yang ditawarkan cukup mahal untuk standar pasar tradisional bisa menjadi tolak ukur minat beli masyarakat Banyumas	1. <i>brand recognition</i> bisa kalah dengan pemain baru yang memiliki <i>visual branding</i> yang menarik

Tabel 3. 1 Analisis SWOT Gudang Sayur Purwokerto, Beceer, Bakul Sayur Purwokerto

3.6 Kerangka Penelitian



Tabel 3. 2 Kerangka Penelitian

3.7 Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Bulan ke-									
	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7
Pencarian Objek										
Penentuan Judul										
Pengumpulan Data										
Penyusunan Proposal										
Wawancara dan Observasi										
Seminar Proposal										
Pembuatan Laporan										
Perancangan Karya										
Sidang TA 2										

Tabel 3.3 Jadwal Kegiatan