

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan penulis untuk mendapatkan data yang digunakan untuk menemukan solusi dari sebuah masalah yang sedang diteliti secara ilmiah. Dalam sebuah perancangan tentunya dibutuhkan data yang bersifat valid yang diperoleh melalui cara ilmiah.

3.1.1 Jenis Pendekatan

Data yang valid tentunya dibutuhkan dalam sebuah perancangan, sehingga metode yang diterapkan untuk mengakumulasi dan mengolah data tersebut harus sesuai dengan topik perancangan yang akan dirancang. Perancangan ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dalam perancangan tugas akhir ini. Pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian yang berdasarkan persepsi terhadap sebuah fenomena yang bersifat deskriptif sehingga menggunakan analisis yang mendalam [24]. Dalam pendekatan ini peneliti adalah sebagai instrument kunci, dimana peneliti tersebut tak hanya sekedar melakukan observasi, melainkan harus menggunakan metode triangulasi, yaitu menggunakan beberapa metode yang berbeda, seperti: wawancara, survei, dan observasi. Berdasarkan penjelasan diatas penulis menyimpulkan penelitian kualitatif merupakan cara alamiah yang digunakan untuk memahami suatu masalah yang terjadi menggunakan proses interaksi antara peneliti dan masalah yang diteliti yang bersifat deskriptif.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan objek atau kegiatan yang menjadi pokok permasalahan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya [25]. Objek penelitian dalam perancangan secara sederhana dapat didefinisikan apa yang menjadi pokok permasalahan yang dibuat kedalam rumusan

penelitian. Pada perancangan ini penulis menggunakan UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai objek penelitian.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan narasumber yang menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan penulis selama melakukan proses penelitian [26]. Dalam sebuah perancangan peran subjek penelitian sangat penting karena menjadi pemilik data yang dibutuhkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek peneliti adalah seseorang yang dijadikan sebagai sumber informasi yang diperlukan penulis untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian yang akan dipakai dalam perancangan ini adalah pemilik usaha dari UMKM Wisnu Tatah Indah.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

Pada perancangan tugas akhir ini, penulis membagi jenis data menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data adalah darimana sebuah data tersebut diperoleh. Perancangan ini memakai sumber data primer dan sekunder.

Sumber data primer merupakan data utama yang langsung diberikan kepada penulis sebagai pengumpul data [25]. Data tersebut dapat berupa dokumentasi rekaman suara saat melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Perancangan ini akan menggunakan teknik wawancara dan diperoleh melalui pemilik usaha UMKM Wisnu Tatah Indah.

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak diterima secara langsung melainkan diperoleh dari dokumen yang diolah untuk menguatkan data utama [27]. Data sekunder dapat diperoleh dari membaca buku atau mempelajari buku melalui media-media literatur dan buku perpustakaan. Jika data primer dirasa kurang data sekunder dapat menjadi pendukung untuk memperkuat kekurangan sumber data primer tersebut. Penelitian ini nantinya akan menggunakan studi literatur dan buku-buku yang kredibel untuk mendukung sumber data primer.

3.1.4 Informan Peneliti

Informan peneliti adalah seseorang yang memiliki data dan memahami informasi pada objek penelitian yang nantinya akan diwawancarai oleh penulis [25]. Untuk merancang tugas akhir ini, dibutuhkan narasumber sebagai sumber informasi. Seseorang yang diwawancarai langsung sebagai informan dalam suatu penelitian disebut sebagai narasumber. Teknik yang digunakan penulis dalam perancangan ini adalah teknik *sampling purposive* agar dapat menentukan seorang informan yang sesuai dengan objek perancangan. *Sampling purposive* adalah cara untuk menentukan sumber data yang memiliki tujuan tertentu dan harus benar-benar memahami objek penelitian [25]. Sehingga data yang didapatkan dari informan tersebut valid dan dapat dibuktikan. Dalam penelitian ini penulis menjadikan pemilik usaha UMKM Wisnu Tatah Indah yang bernama Johnerry Silalahi sebagai informan dan *costumer* Wisnu Tatah Indah.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Perancangan tugas akhir ini tentunya menggunakan teknik pengumpulan data yang berkualitas karena berpengaruh besar dengan kualitas data yang dihasilkan. Penulis menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur.

a. Wawancara

Data wawancara dibutuhkan penulis untuk merancang tugas akhir ini. Wawancara adalah obrolan yang memiliki tujuan untuk mengeksplorasi pemikiran, ide, pengalaman pribadi, opini, atau persepsi dari narasumber, atau untuk mendapatkan informasi dari kejadian yang tidak dapat peneliti amati secara langsung, atau tentang masa lalu narasumber [28]. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara biasanya digunakan untuk mendapatkan data yang lebih detail dan lebih spesifik.

Penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur untuk pengambilan data wawancara. Wawancara terstruktur diaplikasikan sebagai cara untuk memperoleh data, apabila penulis telah mengetahui informasi apa yang dibutuhkan [25]. Teknik ini digunakan karena penulis sudah mengetahui data apa saja yang nantinya akan diperoleh. Wawancara terstruktur membutuhkan daftar pertanyaan, jawaban narasumber nantinya akan dikategorikan sesuai nomor pertanyaan yang mewakili satu topik permasalahan [28]. Sehingga, penulis sudah menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. Penulis nantinya akan menggunakan teknik ini untuk memperoleh data UMKM Wisnu Tatah Indah dan kompetitor tersebut.

b. Observasi

Teknik observasi memiliki cara yang berbeda, tidak seperti teknik wawancara yang melakukan komunikasi langsung dengan objek yang diteliti. Teknik observasi adalah mengeksplorasi atau menelusuri dan menemukan sebuah makna dari fenomena yang terjadi pada suatu subjek yang dilakukan oleh peneliti ditempat penelitian berlangsung [29]. Observasi tidak terbatas hanya pada objek manusia saja, melainkan juga dapat berhubungan dengan objek-objek alam lainnya.

Observasi dilakukan untuk merekam dan mengamati semua hal yang berhubungan dengan penelitian, agar mendapatkan data yang riil untuk menjawab permasalahan peneliti. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan teknik observasi *non partisipan*. Observasi *non partisipan* adalah peneliti tidak terlibat dan hanya mengamati partisipan yang akan diteliti [22]. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung semua hal yang terkait dengan objek perancangan dan kompetitornya.

c. Dokumentasi

Dalam sebuah perancangan, tentunya dibutuhkan data dokumentasi sebagai bukti penulis benar-benar melakukan pengamatan. Dokumentasi merupakan informasi yang bukan data yang dihasilkan oleh peneliti dalam bentuk catatan, foto, dan rekaman video yang dapat digunakan sebagai bukti bahwa penulis benar-benar melakukan pengamatan [29]. Data wawancara dan observasi, nantinya akan lebih otentik apabila disertai dengan dokumentasi.

d. Studi Literatur

Data yang otentik dan dapat dipercaya dibutuhkan dalam sebuah perancangan. Sehingga penulis menggunakan studi literatur sebagai data yang dapat memvalidasi data sebelumnya. Studi literatur merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengumpulkan berbagai sumber informasi dari membaca, mencatat, dan mengolah data yang diperoleh dari buku yang memiliki keterkaitan dengan topik pembahasan. Studi ini dilakukan agar dapat menemukan berbagai teori-teori yang sesuai dengan rumusan masalah.

3.1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis SWOT menurut Rangkuti pada tahun 2009, metode yang digunakan untuk mengetahui beragam faktor secara terstruktur untuk dapat menentukan strategi perusahaan [30]. Analisis SWOT Sering digunakan untuk menentukan nilai suatu perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal, kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal, peluang dan ancaman. Dalam sebuah perancangan dibutuhkan analisis SWOT yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah output yang nantinya akan dihasilkan sesuai dengan target *audience*.

Analisis SWOT digunakan dengan membuat matriks antara aspek eksternal pada sisi vertikal serta aspek internal pada sisi horizontal, kemudian menentukan strategi perancangan dengan memilih satu kotak

hasil penggabungan [28]. Sehingga dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki usaha untuk meminimalisir kekurangan dan ancaman yang ditimbulkan. Setelah melakukan analisis SWOT, penulis akan menentukan USP (*Unique Selling Proposition*). *Unique Selling Proposition* adalah keunikan yang dimiliki sebuah bisnis, sehingga dapat membedakan produk yang dihasilkan dari kompetitor lainnya. Dengan berkembang pesatnya persaingan usaha yang ada di Indonesia, tentunya pesaing potensial akan semakin banyak. Maka pemilik usaha harus dapat menentukan USP dari usaha yang sedang dikembangkan. Sehingga dapat memenangkan persaingan antar produk yang sejenis.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Instansi

Nama *brand* : Wisnu Tatah Indah
Produk : Kriya
Media sosial *brand* : *wisnu.tatah.indah* (*Instagram page*)
Alamat *brand* : Jl. Dr. TB. Silalahi, Pagarbatu, Kec. Balige, Toba,
Sumatera Utara 22312
Telepon : +62 821-6734-7346



Gambar 3. 1 Logo Wisnu Tatah Indah
Sumber: Instagram Wisnu Tatah Indah

a. Sejarah Wisnu Tatah Indah

Usaha ini sudah lama didirikan oleh Bapak Jonnery Silalahi dengan mulai membuka usaha sendiri pada tahun 2004. Saat itu belum ada teknologi yang memadai untuk membuat sebuah kerajinan dan hanya memanfaatkan peralatan manual. Usaha tersebut hanya berjalan selama 3 tahun sampai pada tahun 2007. Pada tahun 2008 Bapak Jonnery Silalahi disekolahkan oleh pemilik Yayasan TB. Silalahi yaitu Bapak Tiopan Benhard Silalahi ke berbagai daerah di Indonesia seperti Bali dan Yogyakarta. Hal ini dilakukan untuk memperdalam ilmu seni yang dimiliki oleh Bapak Jonnery Silalahi. Bapak Tiopan Benhard Silalahi juga mengajak Bapak Jonnery Silalahi ke berbagai negara seperti Jerman, Prancis, dan Belanda untuk mencari pengalaman. Setelah menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2010 pemilik Yayasan TB.Silalahi menjadikan Bapak Jonnery Silalahi menjadi karyawan di Museum yang didirikannya. Saat bekerja disana beliau membuat berbagai macam kerajinan yang menjadi destinasi di Museum tersebut seperti patung, ukiran, rumah adat Batak.

Pada tahun 2014 Bapak Jonnery Silalahi keluar dari Museum tersebut dan Kembali membuka usaha. Usaha tersebut masih perorangan yang belum memiliki CV dan diberi nama Sketsa Sablon. Pada tahun 2018 usaha tersebut mulai dibesarkan dan berganti nama menjadi Wisnu Tatah Indah. Tahun 2020 Wisnu Tatah Indah diresmikan dan memiliki CV perusahaan. Saat ini usaha tersebut sudah memproduksi berbagai kerajinan, souvenir. dan juga menawarkan jasa *relief* ukir pada bangunan. Jumlah karyawan yang dimiliki usaha ini masih sedikit yakni berjumlah 4 orang. Sebelumnya pemasaran produk usaha ini hanya melalui mulut ke mulut, dengan ruang lingkup teman pribadi dan masyarakat yang sudah mengenal pemilik usaha tersebut.

Tak disangka peminat dari kerajinan tersebut semakin banyak hingga akhirnya memutuskan untuk membuat sosial media Instagram bagi konsumen yang ingin mendapatkan informasi lebih dari Wisnu Tatath Indah. Pemasaran produk usaha ini juga sudah cukup luas dan tak hanya didalam negeri bahkan sampai keluar negeri. Pemasarannya sudah sampai Jakarta, Medan Pekanbaru, Bandung Toba, Ceko, dan Philipina. Harga dari kerajinan yang dihasilkan cukup bervariasi tergantung kesulitan pengerjaan mulai dari Rp. 65.000-Rp. 3.000.000 berikut adalah data Produk dan data visual.

b. Data Produk

Berikut adalah data produk berdasarkan segmentasi harga dan tingkat kesulitan.

1. Variasi harga :
 - Size : 30 x 11 x 11
 - Bahan : Kayu
 - Produk : Kotak tisu
 - Harga : Rp. 65.000
2. Variasi harga :
 - Size : 30 cm x 30 cm
 - Bahan : Kayu jati
 - Produk : Jenggar
 - Harga : Rp. 400.000
3. Variasi harga :
 - Size : 85 cm x 43 cm x25 cm
 - Bahan : Kayu jior
 - Produk : Lemari obat
 - Harga : Rp. 3.000.000

c. Data Visual



Gambar 3. 3 Gorga tambus
Sumber: Data perusahaan



Gambar 3. 2 Jam dinding
Sumber: Data perusahaan



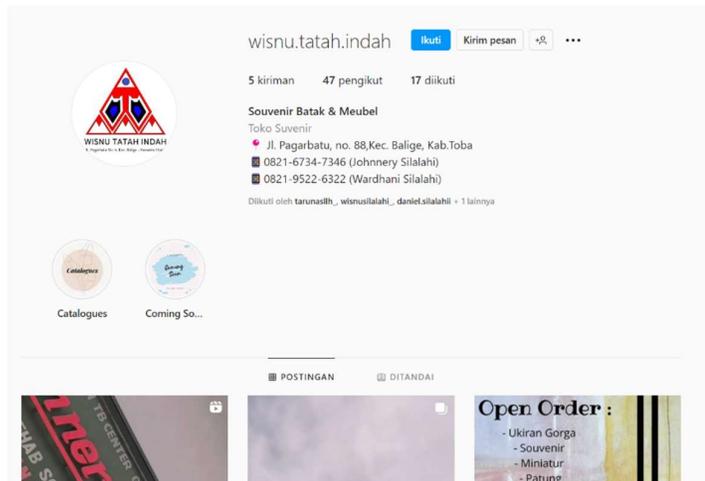
Gambar 3. 5 Wayang Batak
Sumber: Data perusahaan



Gambar 3. 4 Ulu paung
Sumber: Data perusahaan

d. Media Promosi

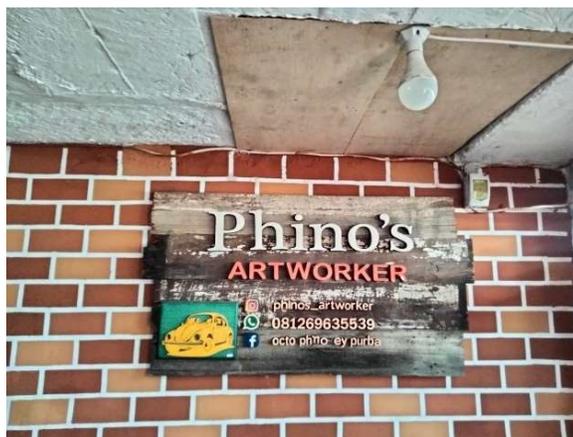
Usaha ini masih hanya menggunakan media sosial *Instagram* dalam mempromosikan produk yang dihasilkan. Namun, promosi tersebut tidak berjalan lama dan saat ini *Instagram* yang dimiliki usaha Wisnu Tatah Indah hanya memiliki 5 unggahan, 47 pengikut.



Gambar 3. 6 Media promosi
Sumber: [instagram.com/wisnu.tatah.indah/](https://www.instagram.com/wisnu.tatah.indah/)

3.3 Studi Kompetitor

3.3.1 Profil Usaha Phino's Artworker



Gambar 3. 7 Logo Phino's Artworker
Sumber; Data penulis

Nama *brand* : Phino's Artworker
 Produk : Kriya
 Media sosial *brand* : phinos_artworker (*Instagram page*)
 Alamat *brand* : Jalan Praja Pendoan No.5, Lumban Dolok Haume
 Bange, Balige, Kabupaten Toba Samosir, Sumatera
 Utara.
 Telepon : +62 812-6963-5539

a. Sejarah Phino's Artworker

Phino's Artworker didirikan oleh Bapak Octo Phinosey Purba berawal dari hobi pribadi yang menyukai bidang seni yang dikembangkan sebagai sumber mata pencaharian. Saat ini usaha tersebut sudah memiliki 13 karyawan tetap dan sudah memiliki cakupan pemasaran yang cukup luas. Usaha ini sudah memasarkan produk nya terutama jenis souvenir ke berbagai daerah di Indonesia, seperti pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Bali, dan bahkan sampai Papua. Untuk pemasaran luar kota usaha ini mencakup beberapa kota di Sumatera Utara, seperti Siantar, Sibolga, Sopobutar, Sidikalang, Tarutung, dan Porsea. Bahan yang digunakan usaha ini dalam menghasilkan produk kriya diperoleh dari limbah kayu dan pabrik penebang kayu yang digunakan untuk menghasilkan mebel, souvenir dan *craft*. Harga produk yang dihasilkan berkisar Rp. 5.000 untuk kerajinan dengan bentuk kecil, dan untuk produk yang besar berkisar puluhan juta.

Terdapat beberapa hal yang dapat dibandingkan antara Phino's Artworker dengan Wisnu Tatah Indah. Dari segi produk yang dihasilkan sama- sama bergerak dibidang industri kerajinan. Dimana Phino's Artworker memproduksi kerajinan berbahan kayu dengan motif gorga Batak, sementara Wisnu Tatah Indah juga menggunakan gorga Batak pada produk yang dihasilkan. Kemudian Target market yang dimiliki oleh

Wisnu Tatah Indah juga mirip dengan Phino's Artworker. Sektor harga yang dipasang Phino's Artworker berada pada kelas menengah atas, kelas yang sama juga dipasang oleh Wisnu Tatah Indah.

b. Data Produk



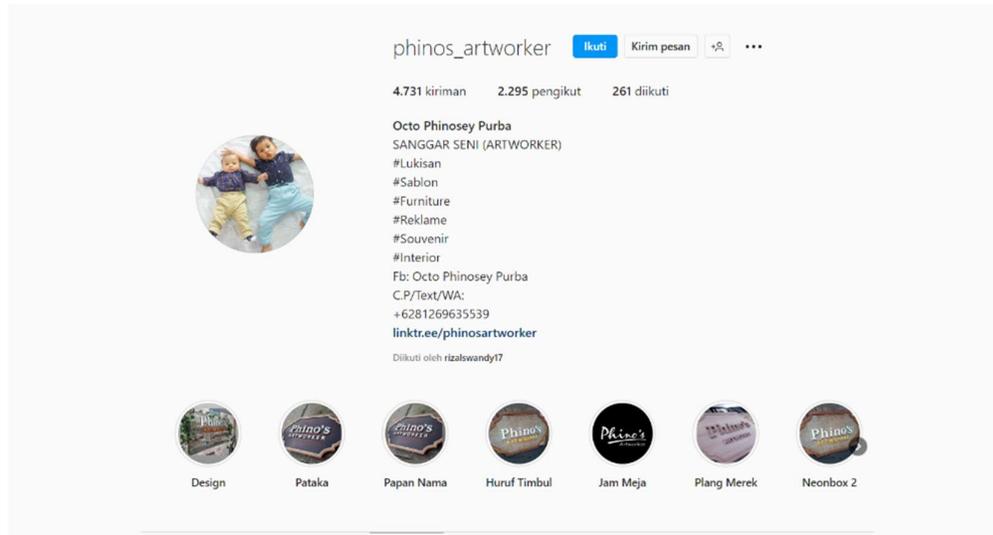
Gambar 3. 8 Harga produk Phino's Artworker
Sumber: <https://shopee.co.id/phinosartworker>



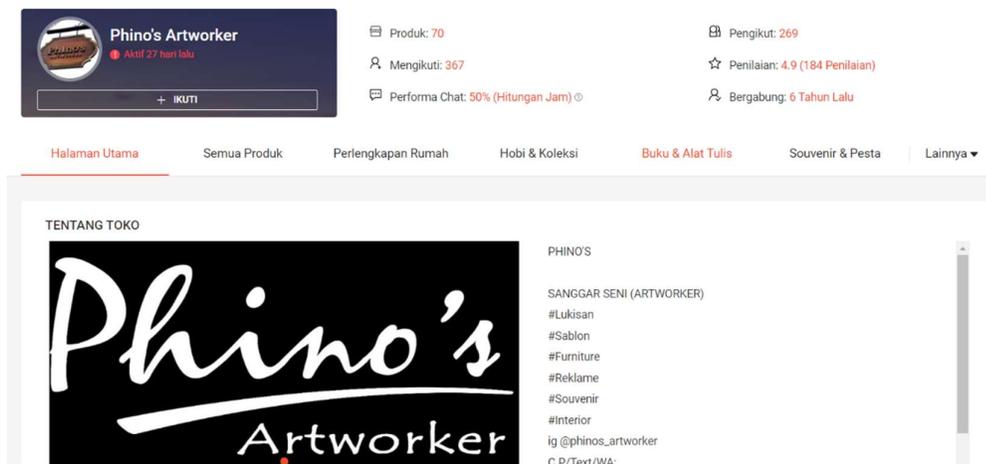
Gambar 3. 9 Harga produk Phino's Artworker
Sumber: <https://shopee.co.id/phinosartworker>

c. Media Promosi

Media Promosi yang dilakukan oleh usaha ini cukup banyak dan sampai sekarang masih berjalan. Media sosial *Instagram* dan *Shopee*, menjadi media promosi yang digunakan oleh Phino's Artworker.



Gambar 3. 10 Instagram Phino's Artworker
Sumber; [instagram.com/phinos_artworker/](https://www.instagram.com/phinos_artworker/)



Gambar 3. 11 Shopee Phino's Artworker
Sumber; [instagram.com/phinos_artworker/](https://www.instagram.com/phinos_artworker/)

3.3.2 Profil dan Sejarah Itotta Gallery



Gambar 3. 12 Itotta Galerry
Sumber: Dokumen penulis

Nama *brand* : Itotta Gallery
 Produk : Kriya
 Media sosial *brand* : -
 Alamat *brand* : Jalan Dr.TB.Silalahi, No.85, Pagar Batu,Kecamatan Balige, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara.
 Telepon : +62 821-6104-0509

Itotta Gallery didirikan oleh Bapak Arif Hutagalung tahun 2022 tepatnya pada bulan Februari tahun ini. Usaha ini bermula dari rasa penasaran Bapak Arif Hutagalung terhadap seni. Kemudian dia terinspirasi dari teman-teman seni yang ada di kota Balige dan tertarik. Menurut beliau seni itu ternyata tidak susah apabila dikerjakan dengan sepenuh hati. Bapak Arif Hutagalung ini tertarik dengan seni karena ingin apa yang ada dipikiran dan imajinasi beliau dapat dihasilkan dan memiliki nilai. Sehingga, dibentuklah usaha Itotta Gallery sebagai mata pencaharian dan tempat untuk menyalurkan imajinasi. Bahan yang digunakan dalam produksi usaha ini diperoleh dari limbah kayu dari pabrik kertas dan distributor kayu yang digunakan untuk membuat souvenir dan mebel. Harga produk yang dihasilkan oleh usaha ini juga

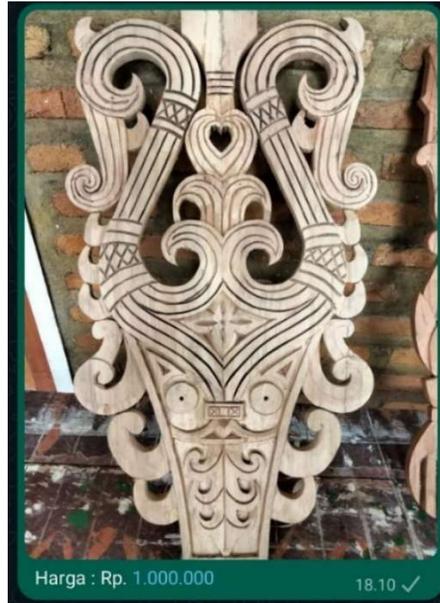
cukup terjangkau mulai dari Rp.200.000-Rp.1.000.000, tergantung tingkat kesulitan pada produk yang dihasilkan. Saat ini, Itotta Gallery masih memiliki 10 karyawan tidak tetap, namun jika ada anak SMA yang ingin belajar membuat ukiran atau sejenisnya dapat ditampung. Pemasaran produk dari usaha ini masih dalam ruang lingkup dalam negeri dan masih beberapa kota di Indonesia. Usaha ini juga belum memiliki *brand* karena masih berdiri beberapa bulan di tahun 2022.



Gambar 3. 13 Produk Itotta Gallery
Sumber; Data penulis



Gambar 3. 14 Harga produk Itotta gallery
Sumber: Data penulis



Gambar 3. 15 Harga produk Itotta Gallery
Sumber; Data penulis

Terdapat beberapa hal yang dapat dibandingkan antara *Itotta Gallery* dengan Wisnu Tatah Indah. Dari segi produk yang dihasilkan sama- sama bergerak dibidang industri kerajinan. Dimana *Itotta Gallery* memproduksi kerajinan berbahan kayu dengan motif gorga Batak, sementara Wisnu Tatah Indah juga menggunakan gorga Batak pada produk yang dihasilkan. Kemudian target market yang dimiliki oleh Wisnu Tatah Indah juga mirip dengan *Itotta Gallery*. Sektor harga yang dipasang *Itotta Gallery* berada pada kelas menengah katas, namun dari segi harga Wisnu Tatah Indah memiliki harga yang terjangkau. Dari segi *branding* Wisnu Tatah Indah lebih unggul karena sudah memiliki brand sebelumnya. Berbeda dengan *Itotta Gallery* yang baru berdiri dan masih merintis sehingga belum memiliki *branding* pada usahanya. Sehingga dapat menjadi nilai plus bagi Wisnu Tatah Indah dari pesaing yang potensial dan memiliki produk yang serupa.

3.4 Analisis SWOT

Tabel 3. 1 Analisis SWOT
Sumber: Data penulis

<p>EKSTERNAL</p>	<p><i>Opportunity:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kabupaten Toba terpilih menjadi salah satu kota kreatif Kemendikbud sehingga program yang diadakan mendukung UMKM sekitar. 2. Pameran produk UMKM yang akan semakin sering diadakan di Kabupaten Toba. 	<p><i>Threats:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Karena usaha ini memiliki media promosi yang kurang menarik dapat menyebabkan menurunnya penjualan dari usaha ini 2. Kompetitor lebih aktif dalam pemasaran produk yang dihasilkan. 3. Belum memanfaatkan perkembangan <i>e-commerce</i> sebagai media pemasaran dan masih menggunakan <i>soft selling</i> melalui media sosial <i>Whatsapp</i>, sehingga informasi usaha masih dari mulut ke mulut. 4. Persaingan antar produk sejenis semakin ketat.
<p>INTERNAL</p>	<p><i>SO (Strength-Opportunity):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan pameran produk UMKM yang akan sering diadakan di Kabupaten Toba untuk memperkenalkan produk UMKM dengan corak khas Batak dan memperluas cakupan konsumen dengan program kota kreatif Kemendikbud. 	<p><i>ST (Strength-Threats):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan media promosi yang sudah ada dengan melakukan redesign sehingga dapat memiliki media promosi yang menarik dan informatif.
<p><i>Strength:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang strategis karena terletak ditempat wisata yang terkenal di Kabupaten Toba. 2. Produk yang dihasilkan dibuat oleh seniman berpengalaman. 3. Sudah memiliki <i>brand</i> yang berbadan hukum. 4. Satu-satunya usaha yang tetap konsisten menggunakan corak otentik khas Batak pada setiap produk yang dihasilkan. 5. Selain memproduksi kerajinan, usaha ini juga menawarkan jasa relief pada 		

Tabel 3. 2 Analisis SWOT
Sumber: Data penulis

<p>bangunan yang menggunakan corak autentik khas Batak.</p> <p><i>Weakness:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media promosi yang dimiliki usaha tersebut belum maksimal, seperti informasi tentang usaha dan postingan yang lebih menarik. 2. Bisnis UMKM Wisnu Tatah Indah masih mengandalkan keluarga dalam proses pemasaran produk. 3. Pemilik usaha yang kurang begitu paham dengan teknologi yang berkembang saat ini. 	<p><i>WO (Weakness-Opportunity):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang media promosi UMKM Wisnu Tatah Indah untuk mendukung strategi promosi sehingga dapat memaksimalkan program yang akan diselenggarakan Kememparekrat selanjutnya. 2. Memanfaatkan program binaan Kememparekrat sebagai ajang untuk mempelajari teknologi yang berkembang saat ini. 	
		<p><i>WT(Weakness-Threats):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meminimalisir kelemahan dengan mencoba mengikuti perkembangan teknologi seperti <i>e-commerce</i> sehingga pemasaran produk dapat maksimal.

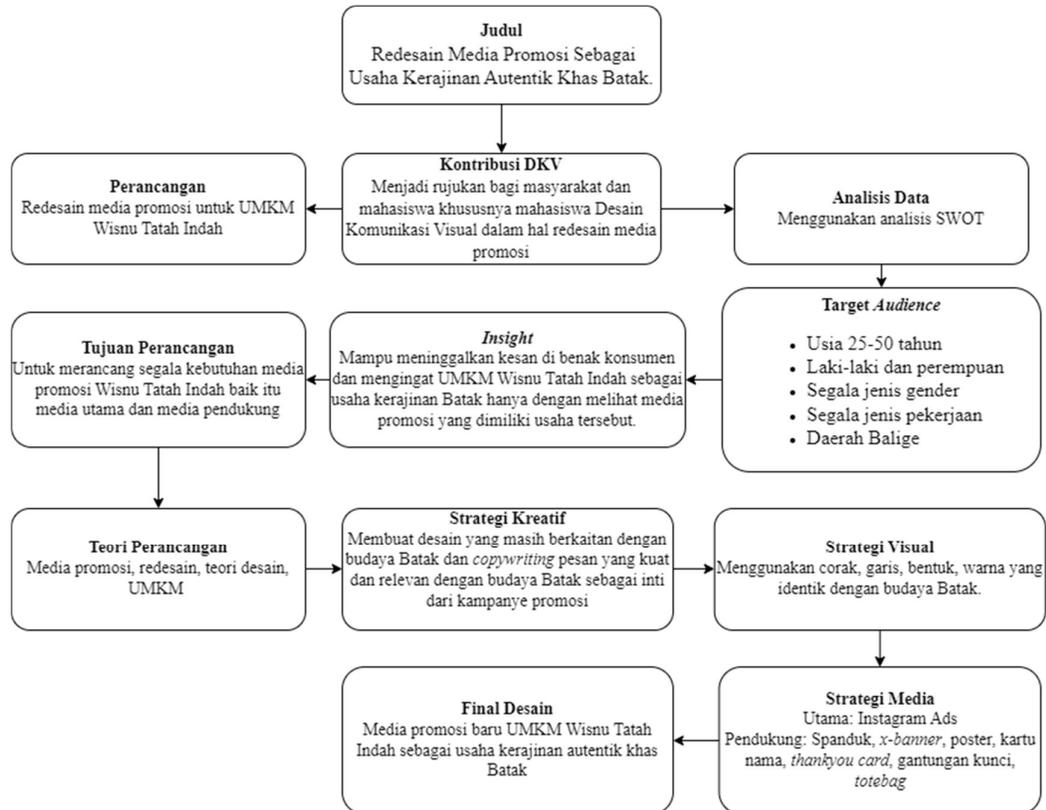
3.5 USP (*Unique Selling Proposition*)

Dalam merancang sebuah media promosi yang efektif memiliki keunikan dalam usaha tersebut. Sehingga dapat menjadi pembeda antar usaha lain maupun usaha yang sejenis. Keunikan yang dimiliki oleh UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai keuntungan yang tidak dapat dimiliki oleh usaha lain. Penulis menentukan USP yang dimiliki UMKM Wisnu Tatah Indah, adalah usaha yang masih konsisten mempertahankan corak autentik khas Batak pada setiap produk yang dihasilkan.

3.6 *Positioning*

Positioning adalah skema yang berhubungan dengan komunikasi *brand*, cara yang digunakan usaha tersebut agar dapat memposisikannya dibenak konsumen[31]. *Positioning* sangat penting bagi sebuah usaha, agar media promosi yang dilakukan dapat mencuri perhatian pasar dan mendapatkan posisi yang lebih unggul dari kompetitor. Adapun strategi *positioning* dari UMKM Wisnu Tatah Indah adalah menjadikan usaha kerajinan souvenir autentik khas Batak.

3.7 Kerangka Teori



Gambar 3. 16 Kerangka teori
Sumber: Data penulis

3.8 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 3 Jadwal penelitian
Sumber: Data penulis

No	Kegiatan	Bulan			
		Okt	Nov	Des	Jan
1	Pengumpulan Data				
2	Pengolahan Data				
3	Analisis Hasil				
4	Penyusunan Laporan				
5	Seminar Proposal				
6	Penyusunan Laporan TA				

Tabel 3. 4 Jadwal penelitian
Sumber: Data penulis

No	Kegiatan	Bulan			
		Feb	Mar	Apr	Jul
1	Pra Perancangan				
2	Perancangan				
3	Pasca Perancangan				
4	Finalisasi Penyusunan Laporan TA				
5	Sidang Tugas Akhir				