

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang dipakai dalam penelitian adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang diperlukan, baik dari catatan lapangan, wawancara, observasi, dokumen pribadi, maupun dokumen pendukung yang resmi dari berbagai sumber lainnya. Penelitian Kualitatif deskriptif merupakan metode pengolahan data yang bersifat deskriptif, seperti transkrip hasil wawancara maupun observasi [18]. Dengan metode ini, peneliti mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan produk Luntup Spesial Mirasa Putra Purbalingga secara detail dan mendalam. Dalam tipe penelitian ini, peneliti telah menyepakati antara realitas empiris dan teori yang berlaku dengan metode deskriptif. Menurut Keirl dan Miller dalam Moleong, penelitian kualitatif adalah suatu tradisi tertentu dalam ilmu-ilmu sosial yang bersangkutan dari ucapan, orang-orang, daerahnya sendiri, dan menyangkut orang-orang tersebut dalam bahasa dan terminologinya". Data digabungkan, analisis data bersifat deduktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi [19].

3.1.2 Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek dan Subyek penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. [22] Obyek penelitian yang dipilih adalah produk Luntup Spesial dari Toko Mirasa Putra Purbalingga. Sedangkan subyek penelitian merupakan *owner* atau pemilik dari Mirasa Putra saat ini, yaitu bapak Hendro Gunawan selaku produsen dan beberapa konsumen dari Mirasa Putra Purbalingga.

3.1.3 Jenis Data

A. Data Primer

Peneliti melakukan pengumpulan data primer yang bersumber pada hasil wawancara terhadap informan. Kemudian peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. Metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi dengan mendatangi secara langsung tempat usaha Mirasa Putra Purbalingga, untuk mengamati aktivitas yang terjadi pada usaha tersebut serta mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang di lihat dan sesuai dengan kenyataannya.

B. Data Sekunder

Data Sekunder yang digunakan berupa artikel-artikel, buku-buku referensi, jurnal, skripsi dan segala informasi dari internet yang terpercaya. Data sekunder itu berupa bukti,catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumenter. Penggunaan data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat data primer yang telah dikumpulkan melalui berbagai metode penelitian.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, pengumpulan data menjadi salah satu langkah terpenting bagi peneliti untuk mendapatkan data valid sebanyak-banyaknya. Pengumpulan data merupakan prosedur yang dibuat secara sistematis dengan standar tertentu untuk memperoleh data yang dibutuhkan [20]. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data, penelitian yang dilakukan akan membantu mendapatkan data yang lebih valid dan akurat.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan selama penelitian meliputi :

A. Observasi

Observasi merupakan teknik penggalan data dari berbagai sumber, bisa berupa tempat, benda, aktivitas, maupun suatu rekaman gambar [21]. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini mencakup pengamatan secara langsung terhadap subyek maupun obyek penelitian.

B. Wawancara

Wawancara digunakan untuk menilai keadaan seseorang, misalnya mencari data desain ulang kemasan. Secara fisik wawancara dibedakan menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. [24] Dalam penelitian ini wawancara yang dipilih adalah wawancara tidak terstruktur sebagai bentuk pendekatan agar produsen maupun konsumen tidak merasa canggung karena terlalu formal dalam mengemukakan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

C. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data maupun informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian [22]. Teknik ini dipilih sebagai pelengkap teknik observasi dan wawancara yang dipilih agar lebih memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dengan didukung foto-foto dan karya tulis akademik yang ada.

D. Literatur

Studi literatur merupakan cara peneliti untuk merangkum berbagai penelitian menjadi topik tertentu, dengan banyaknya penelitian yang menunjukkan hasil beragam sebagai latar belakang, serta pengarahannya untuk membuat kerangka pemikiran yang jelas tentang pemecahan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya pada rumusan masalah. [23]

3.1.5 Metode Analisis Data

A. Analisis (SWOT)

Analisis SWOT merupakan proses identifikasi strategis yang disusun secara sistematis dan digunakan sebagai rumusan masalah sekaligus strategi komprehensif utama yang menjelaskan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya [24]. Analisis SWOT dalam penelitian ini mempunyai fungsi untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan menganalisis faktor peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan.

B. *Unique Selling Proposition*

Unique Selling Proposition (USP) merupakan keunggulan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk lain. Hal tersebut menjadi alasan bagi konsumen dalam pemilihan suatu produk yang memiliki perbedaan karakter secara spesifik [25]. USP merupakan strategi *advertising* yang sangat penting untuk perusahaan supaya perusahaan memiliki keunikan dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

C. Positioning

Menurut Kotler, *Positioning* merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk menempati tempat khusus di benak target market. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa *positioning* adalah cara untuk menanamkan citra produk, imajinasi dan persepsi kepada konsumen melalui proses komunikasi kepada konsumen pada pasar target tertentu. [13] Penambahan identitas visual pada kemasan produk dapat membantu menanamkan citra produk agar lebih kuat dan mudah diingat konsumen.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Mirasa Putra



Gambar 3.1 Logo Mirasa Putra

Sumber : Data Primer

Mirasa Putra merupakan rumah produksi aneka kue dan oleh-oleh yang berlokasi di Kalikabong Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga. Mirasa Putra sudah berdiri sejak tahun 1987 dan hingga saat ini sudah dikelola oleh bapak Hendro Gunawan yang merupakan generasi kedua dari pendiri Mirasa Purbalingga.



Foto 3.1 Bapak Hendro Gunawan, *Owner* Mirasa Putra

Sumber : Dokumentasi

3.2.2 Sejarah Mirasa Putra

Bapak Hendro Gunawan, *owner* atau pemilik Mirasa Putra menceritakan awal berdirinya Mirasa Putra yang dimulai sejak tahun 1987 oleh sang mertua bernama Herman Sukamto. Pada saat itu Mirasa Putra masih berlokasi di kelurahan Kandang Gampang, Purbalingga. Cikal bakal adanya Mirasa Putra merupakan pengembangan dari produk Mirasa yang sudah ada sejak 1965 milik sang kakek, Liem Swie Kyat yang merupakan ayah dari bapak Herman. Nama Mirasa Putra mengandung arti 'anak' dari produk Mirasa dan juga yang diturunkan kepada sang putra.

Saat dikelola oleh mertuanya, Mirasa Putra masih hanya memproduksi produk olahan kacang asin meneruskan produk sang kakek. Baru pada tahun 1996 Mirasa Putra berinovasi untuk mengembangkan jenis produknya dengan memproduksi keripik tempe, namun masih menggunakan merk Mirasa. Seiring berjalannya waktu, Mirasa Putra kemudian pindah lokasi di Jl. Gunung Korakan No. 85 Kalikabong Purbalingga hingga sekarang.

Mirasa Putra kemudian diestafetkan kepada pak Hendro sejak 1 Januari 2000, dan sejak saat itu inovasi terus dilakukan hingga produk dari Mirasa Putra pun terus berkembang.

3.2.3 Jenis Produk Mirasa Putra

Hingga saat sudah terdapat 8 produk unggulan dari Mirasa Putra, yaitu Kacang Goreng Asin, Keripik Tempe, Nopia Spesial, Mino (Mini Nopia), Gethuk Goreng, Kue Toso, Manco Ketan, dan Luntup Spesial. Salah satu dari produk Mirasa Putra yang unik adalah produk Luntup, yang merupakan hasil inovasi dari pak Hendro sendiri pada tahun 2004, dan boleh dikatakan Luntup tersebut merupakan produk khas dan satu-satunya yang ada dari Purbalingga.



Foto 3.2 Produk Luntup Spesial Mirasa Putra Purbalingga

Sumber : Dokumentasi

Awal mula terciptanya produk Luntup memiliki cerita yang cukup lucu, bermula saat pak Hendro sedang bingung memikirkan produk baru apa yang bisa dijual selain kacang dan keripik tempe. Singkat cerita saat dalam perjalanan ke Wonosobo, ia menemukan produk Mino Potong yang juga merupakan pengembangan dari kue Nopia yang dibentuk panjang kemudian dipotong-potong. Dari situlah pak Hendro terinspirasi membuat produk sejenis dengan memodifikasi dan mengembangkan bahan. Hingga pada praktek pembuatannya, justru

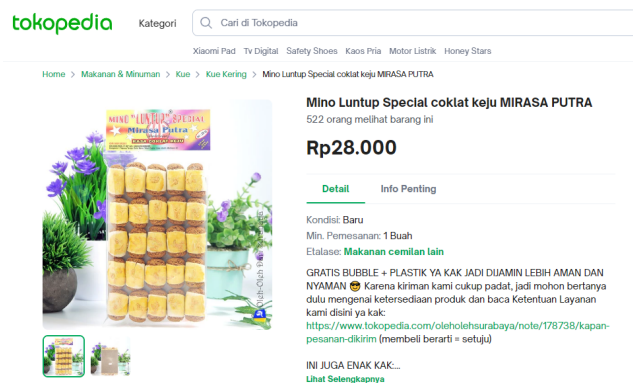
mino potong yang dibuat tidak berbentuk rapi dan isianya tanpa sengaja mengembang keluar atau istilahnya 'melentup-lentup', dari situlah tercetus ide untuk menamai kue tersebut dengan nama Mino Luntup.

Sekilas, Mino Potong dan Luntup hampir terlihat sama, perbedaanya Luntup memiliki bentuk pinggiran dari isian yang lebih keluar, serta tekstur kue yang lebih lembut dan empuk. Sementara Mino Potong agak sedikit keras dan permukaan pinggiran yang tidak terlalu menonjol keluar.

Luntup Spesial Mirasa Putra memiliki 2 varian rasa, yaitu rasa coklat keju dan kacang keju. Luntup Spesial Mirasa Putra kemasan isi 25 dijual mulai dari harga Rp.10.500,- per bungkus.

3.2.4 Jenis Promosi yang Sudah Dilakukan

Promosi dan strategi pemasaran dari produk Mirasa Putra hingga saat ini dilakukan dengan berbagai cara, baik pemasaran secara *retail* di toko Mirasa Putra itu sendiri, lalu dengan cara memasok ke sejumlah toko oleh-oleh yang sudah bekerjasama, bekerja sama dengan agen wisata dan travel, serta dipasarkan secara *online* melalui *online shop* yang ada seperti Tokopedia maupun Shopee. Mirasa Putra juga memiliki pelanggan setia dari banyak instansi pemerintah yang saling merekomendasikan dari satu instansi ke instansi lainnya.



Gambar 3.2 Produk Luntup Spesial yang Dijual di Tokopedia
Sumber : Tokopedia

Untuk meningkatkan promosi penjualan, maka perlu dilakukan *redesign* pada kemasan maupun mendesain materi promosi lainnya. Seiring perkembangan jaman, pak Hendro sebenarnya ingin tetap mempertahankan kemasan primer yang sudah ada sebagai ciri khas *branding* dengan *style* klasik yang sudah melekat kuat sebagai salah satu identitas produk. Namun untuk menyesuaikan minat konsumen sekarang, pak Hendro tertarik untuk berinovasi membuat alternatif kemasan primer dan kemasan sekunder dengan desain kekinian. Kemasan primer yang diinginkan merupakan desain yang *simple* dan tetap menggunakan *color branding* dari Mirasa Putra namun didesain dengan *style* yang lebih modern. Sedangkan untuk kemasan sekunder, *owner* menginginkan kemasan dalam bentuk *paper bag* atau kardus yang ramah lingkungan. Atau bisa menggunakan *tote bag* agar dapat digunakan kembali di kemudian hari. Khusus untuk kemasan sekunder ditujukan untuk penjualan paket dengan isi beberapa produk yang sama, maupun untuk isi 8 produk unggulan Mirasa Putra yang berbeda. Dengan strategi tersebut, selain membantu mengurangi sampah plastik, hal tersebut juga bisa meningkatkan kuantitas penjualan produk secara signifikan.

3.2.5 Studi Komparasi

Seiring berkembangnya produk Mirasa Putra, tentunya semakin banyak bermunculan kompetitor atau pesaing dari merk berbeda. Dalam pemasarannya, produk Luntup sendiri memiliki kompetitor yang cukup bersaing, yaitu dari produk Mino Potong yang banyak dijual di berbagai pusat oleh-oleh di Purbalingga dan Banyumas. Namun di sisi lain, Mirasa Putra memiliki keunggulan dimana mereka lah satu-satunya yang memproduksi produk dengan nama Luntup, karena nama Luntup tersebut merupakan cipataan dari mereka sendiri. Oleh karena itu, dari pihak kompetitor tidak ada yang berani menggunakan nama Luntup karena menurut pemiliknnya sudah didaftarkan hak paten sebagai satu-

satunya produk dari Mirasa Putra yang menjadi oleh-oleh makanan khas Purbalingga.

Kompetitor yang cukup bersaing dengan produk Luntup ini justru dari daerah Banyumas yang memproduksi Mino Potong dan didistribusikan ke berbagai toko dan pusat oleh-oleh hingga Purbalingga dan daerah lain. Beberapa kompetitor yang ada di Banyumas adalah produk mino potong dari “Dua Gelatik” dan “Bintang Fajar”

A. Mino Potong Dua Gelatik

Nopia memang merupakan makanan atau kuliner asli Banyumas dan seiring perkembangannya, kue nopia ini mengalami berbagai variasi baik dari jenis dan warna. Variasi dari nopia ini menjelma menjadi produk mino (mini nopia) dan mino potong. Salah satu rumah produksi pengrajin produk mino potong yang cukup dikenal adalah rumah produksi Nopia dan Mino Super Dua Gelatik Bapak Mingan yang berada di Kalisube Banyumas.



Foto 3.3 Rumah Produksi Nopia Mino Super Dua Gelatik Bpk Mingan

Sumber : Dokumentasi

Rumah produksi Dua Gelatik ini dikelola secara turun temurun oleh keluarga Bapak Mingan sejak 1982. Ibu Santi, *owner* dari rumah produksi Dua Gelatik saat ini bercerita bahwa

desa Kalisube, tempat mereka tinggal dan memproduksi nopia merupakan salah satu desa yang dikenal sebagai bagian kota tua lama Banyumas dan merupakan salah satu kampung pengrajin nopia mino sejak dulu. Dua gelatik sendiri didirikan oleh kakek buyut dari bu Santi, yang kemudian sejak saat itu diestafetkan ke ibu dan bapak Mingan yang merupakan ayah dari bu Santi sendiri. Hingga saat ini Ibu Santi dibantu oleh kakaknya, Bapak Sugeng Riyono yang fokus memasarkan produk mino potong di Wonosobo hingga Solo dan Jakarta.

Jenis produk dari rumah produksi Dua Gelatik ini terdiri dari kue nopia, mini nopia atau mino, dan mino potong, dengan berbagai variasi warna dan rasa.

Pemasaran yang dilakukan oleh rumah produksi Dua Gelatik sendiri hanya mengandarkan cara memasok dan menjual ke berbagai *reseller* langgananya secara kiloan, serta tidak memiliki tempat penjualan *retail* secara langsung seperti Mirasa Putra. Hal tersebut lah yang menjadi kelemahan dari rumah produksi ini. Inovasi justru dilakukan oleh *reseller* dari segi kemasan hingga penjualan, baik secara *retail* di toko oleh-oleh maupun secara *online*. Hal ini lah yang membantu rumah produksi Dua Gelatik ini tetap bertahan dan tetap dikenal sebagai salah satu produk olahan khas Banyumas.

Produk kue mino potong dari Dua Gelatik dijual dengan harga Rp. 18.000,- hingga Rp. 20.000 per kilonya (untuk harga grosir), sedangkan untuk harga eceran dari *reseller* mulai dari Rp. 12.000,- per bungkus (kemasan 3 ons).



Foto 3.4 Kue Mino Kemasan Kiloan

Sumber : Dokumentasi



Foto 3.5 Kue Mino Potong Kemasan Eceran Inovasi dari Reseller

Sumber : Dokumentasi



Foto 3.6 Salah Satu Reseller Memasarkan Produk Mino Potong Dua Gelatik di Facebook

Sumber : Dokumentasi

3.2.6.2 Mino Potong Bintang Fajar

Selain Desa Kalisube, Desa Pekunden juga merupakan bagian dari sejarah kota tua Banyumas yang menjadi cikal bakal sentra produksi pengrajin kue nopia dan segala produk turunannya di Banyumas. Di desa ini juga terkenal sebagai 'Kampung Wisata Nopia Banyumas'. Rumah produksi Bintang Fajar merupakan salah satu dari 24 rumah produksi nopia yang ada di sana, dan merupakan satu-satunya rumah produksi nopia yang masih memproduksi produk mino potong di Pekunden.



Foto 3.7 Bapak Mangun Handoyo, *Owner* Bintang Fajar

Sumber : Dokumentasi

Menurut sang *owner* - Bapak Mangun Handoyo, rumah produksi Bintang Fajar ini sudah memproduksi nopia dan aneka produk turunannya sejak tahun 90-an dan memulai memproduksi mino potong sejak tahun 2004.

Jenis produk dari rumah produksi Bintang fajar ini terdiri dari kue nopia, mini nopia atau mino, nopia kembang, dan mino potong.



Foto 3.8 Kemasan Kiloan Produk Mino Potong Bintang Fajar

Sumber : Dokumentasi

Untuk Pemasaran sendiri, rumah produksi Bintang Fajar menjual ke berbagai *reseller* langgananya secara kiloan, serta dijual juga sebagai oleh-oleh dari wisatawan yang berkunjung di Kampung Nopia Banyumas.

Produk mino potong Bintang Fajar dan produk nopia dari rumah produksi lainnya yang dijual di Kampung Nopia Banyumas biasanya sudah dikemas dalam bentuk souvenir bagi rombongan wisata yang berkunjung, sedangkan untuk produk mino potong yang dijual secara kiloan mengalami inovasi kemasan dan dijual secara eceran oleh *reseller* yang berlangganan, sama seperti halnya *reseller* dari produk mino potong Dua Gelatik.

Produk kue mino potong dari Bintang Fajar dijual dengan harga Rp. 25.000 per kilonya, sedangkan untuk harga eceran dari *reseller* mulai dari Rp. 15.000,- per bungkus (kemasan 4 ons).

3.3 Analisis Data

3.3.1 SWOT

<i>Analisis</i>	Mirasa Putra
<i>Strength (S)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Satu-satunya produk yang memiliki nama Luntup dan hanya diproduksi oleh Mirasa Putra, sedangkan untuk kue sejenis yang diproduksi dari kompetitor menggunakan nama Mino Potong.• Memiliki latar belakang sejarah yang menarik dan jelas tentang asal usul kue luntup yang diperoleh langsung dari produsen terkait.• Rasa lebih bervariasi dan memiliki tekstur yang lebih empuk jika dibandingkan dengan produk kompetitor.
<i>Weakness (W)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kurang dikenal secara meluas oleh masyarakat umum• Kemasan masih terkesan biasa dan belum bisa menarik perhatian pembeli.• Hanya di pasarkan di toko kecil atau pusat oleh-oleh, belum menjangkau supermarket besar maupun dijual ke skala nasional.
<i>Opportunities (O)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki pasar yang besar sehingga Mirasa Putra dapat menjangkau pasaran yang lebih luas.• Memperkuat citra produk supaya lebih banyak dikenal masyarakat dengan perencanaan promosi yang baik, efektif dan interaktif.• Memiliki kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan ramah lingkungan.• merekomendasikan produk luntup sebagai salah satu oleh-oleh khas Purbalingga.
<i>Threats (T)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Banyaknya kompetitor lain dari produk olahan sejenis, khususnya untuk produk luntup yang bersaing dengan produk mino potong• Kurangnya peminat produk oleh-oleh lokal

Tabel 3.1 Analisis SWOT dari Produk Mirasa Putra Purbalingga

3.3.2 *Unique Selling Proportion*

Mirasa Putra memiliki *Unique Selling Proposition* atau keunggulan yaitu menyediakan berbagai macam jenis produk olahan makanan dan kue kering, salah satunya adalah kue luntup, dimana kue tersebut hanya diproduksi satu-satunya di Mirasa Putra dan sudah didaftarkan sebagai hak paten oleh pemiliknya. Keunggulan lainnya dari produk luntup itu sendiri memiliki rasa yang variatif, serta memiliki tekstur rasa yang lebih empuk, tidak keras seperti produk kompetitor.

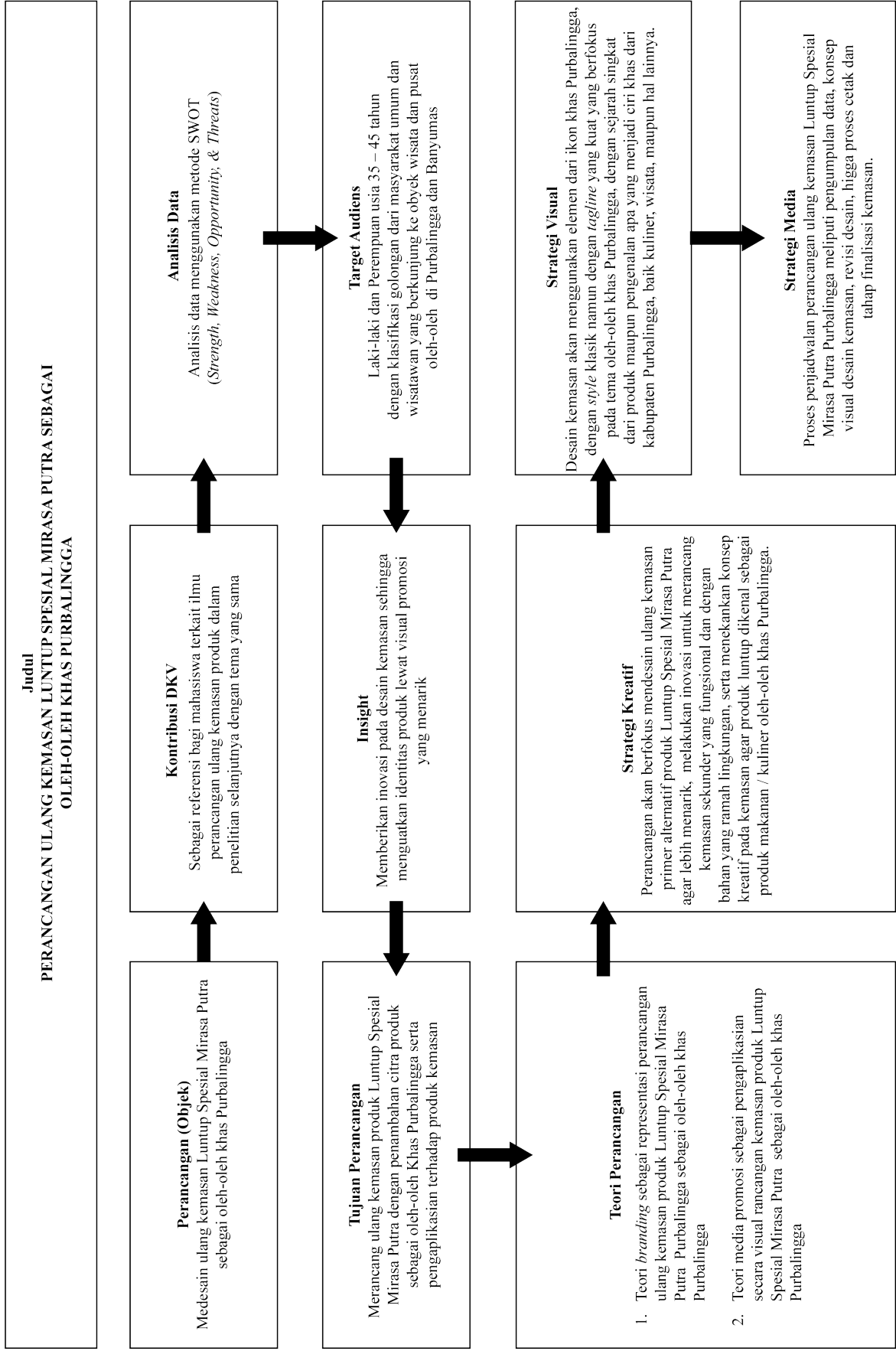
3.3.3 *Positioning*

Tagline produk luntup spesial dari Mirasa Putra sebagai oleh-oleh khas Purbalingga merupakan upaya *positioning* yang tepat untuk menambah citra produk sebagai salah satu rekomendasi produk kekhasan lokal bagi wisatawan yang berkunjung ke tempat-tempat wisata dan pusat oleh-oleh, apalagi didukung dengan *tagline* bahwa luntup merupakan satu-satunya produk yang ada dan dimiliki oleh Mirasa Putra Purbalingga. Dengan memasarkan luntup sebagai salah satu oleh-oleh khas Purbalingga tersebut, maka produk ini akan cepat dikenal oleh banyak orang dan dari semua kalangan.

Dari segi kualitas bahan yang telah mengalami inovasi yang lebih baik, dan cita rasa yang dipertahankan sejak dulu namun dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan produk kompetitor, produk Mirasa Putra juga sudah memiliki *positioning* yang lebih unggul. Dengan adanya perancangan ulang kemasan yang lebih menarik dalam penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi salah satu bagian dari *positioning* produk Mirasa Putra kepada konsumen.

3.4 Kerangka dan Jadwal Penelitian

3.4.1 Kerangka Penelitian



Bagan 3.1 Kerangka Penelitian

3.4.2 Jadwal Penelitian

Peneliti telah menetapkan jadwal penelitian sebagai berikut :

No	Nama Kegiatan	Minggu dan Bulan																											
		Desember				Januari				Februari				Maret				Oktober				November							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Penyusunan Proposal	■	■	■	■																								
2.	Seminar Proposal					■				■																			
3.	Pencarian Data					■	■	■	■	■	■	■	■																
4.	Analisis Data								■				■	■	■	■	■												
5.	Seminar Skripsi													■	■														
6.	Sidang Skripsi																	■								■			
7.	Penerbitan Jurnal																												

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian