

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih banyak menggunakan analisis serta deskripsi dalam mengolah data penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dengan narasumber terkait, analisis, serta dokumentasi.

3.1.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang dijadikan sebagai sasaran untuk penelitian. Objek penelitian dapat berupa orang, organisasi atau barang. Dalam penelitian ini, *Marisa Food* adalah objek penelitian, Subjek penelitian merupakan pihak yang dapat memberikan informasi data penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik *Marisa Food* yaitu, Yelfia.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data informasi yang didapatkan oleh penulis langsung dari narasumber. Data primer didapatkan dari informan, terdiri dari hasil wawancara, observasi lapangan dan data mengenai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tertulis yang diperoleh dari sumber-sumber yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Dengan menggunakan data sekunder, dapat menguatkan

penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya dengan cara observasi dan wawancara.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah penting dalam memulai sebuah penelitian. Metode pengumpulan data ialah pengolahan data yang dalam proses pengumpulannya banyak dipengaruhi oleh beberapa factor. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan proses wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan, akan tetapi pewawancara tidak diharuskan untuk mengajukan pertanyaan secara kaku. Metode wawancara ini membebaskan narasumber untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman narasumber terkait.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan pengamatan terhadap suatu proses guna meyakinkan hal-hal yang diyakini akan terjadi. Kegiatan observasi menggunakan pancaindra, untuk mendapatkan data informasi sebagai jawaban dari masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, jenis observasi yang digunakan adalah observasi non-partisipan, peneliti melakukan pengamatan terhadap partisipan tanpa interaksi secara langsung.

3.1.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data SWOT. Analisis SWOT adalah teknik analisis data untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) suatu bisnis, dengan menggunakan teknik analisis dapat meminimalkan resiko yang akan muncul.

3.2 Identifikasi Data

3.1.6 Profil Marisa Food

a. Sejarah

Marisa Food merupakan sebuah UMKM yang berasal dari Kabupaten Purbalingga dan telah berdiri sejak 2011. Yelfia merupakan pemilik dari UMKM ini. Beliau melihat adanya potensi yang dimiliki daerah sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Kemudian pada tahun 2012, Marisa Food mulai memasarkan produk yang dihasilkan melalui Facebook. Dan terus berkembang hingga saat ini.

Marisa Food memfokuskan produk yang diproduksi dengan mengolah ikan lele sebagai bahan utamanya. Semua produk yang dihasilkan merupakan produk *homemade* dan bebas MSG. Dengan latar belakang pendidikan dari perikanan, sang pemilik berhasil mengubah ikan lele menjadi berbagai macam olahan yang menarik. Ikan lele yang diolah pun merupakan hasil dari budidaya sendiri.

b. Visi

Terciptanya industri perikanan yang tangguh, dengan menghasilkan produk yang bermutu dan berdaya saing, serta menjadi pilihan masyarakat luas.

c. Misi

- 1) Menyediakan aneka produk olahan ikan lele yang enak, berkualitas, dan aman bagi Kesehatan.

- 2) Meningkatkan kapasitas produksi, sehingga maksimal dalam pemberdayaan, memberi manfaat makanan sehat untuk masyarakat, serta memberikan sumbangsih bagi dunia pendidikan.
- 3) Selalu berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mitra usaha.
- 4) Menjadi sentra pengolahan ikan lele terbesar yang menerapkan konsep pemberdayaan, makanan sehat dan edupreneure.

d. Produk

Berikut ini merupakan daftar produk yang dijual oleh Marisa Food :

Tabel 1. 1 Produk Marisa Food

Sumber: hasil desain

Produk Camilan (Makanan Ringan)	
Abon ikan lele	 <p><i>Gambar 2. 1 Produk Marisa Food</i> <i>Sumber: shopee.co.id/marisaFood</i></p>
Ladrik	 <p><i>Gambar 2. 2 Produk Marisa Food</i> <i>Sumber: shopee.co.id/marisaFood</i></p>

<p>Pastel abon kering</p>	 <p><i>Gambar 2. 3 Produk Marisa Food</i> <i>Sumber : facebook.com/rambex01</i></p>
<p>Produk Makanan Beku</p>	
<p>Otak-otak ikan</p>	 <p><i>Gambar 2. 4 Produk Marisa Food</i> <i>Sumber : dokumentasi pribadi</i></p>
<p>Nugget ikan</p>	 <p><i>Gambar 2. 5 Produk Marisa Food</i> <i>Sumber : dokumentasi pribadi</i></p>

e. Kontak

1. No. Telp : 0811-288337
2. Email : marisaFood@gmail.com
3. Facebook : <https://www.facebook.com/marisaFood.id>
4. Instagram : <https://www.instagram.com/marisaFoodofficial/>
5. Shopee : <https://shopee.co.id/marisaFood>
6. Tokopedia : <https://www.tokopedia.com/marisaFood>

f. Lokasi

Tempat produk Marisa *Food* berada di kediaman pemiliknya, yaitu terletak di RT 02/RW 01, Dusun 1, Desa Patemon, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah.

g. Logo Perusahaan



Gambar 2. 6 Logo Perusahaan Marisa Food
Sumber: ekatalogumkm-pertamina.com/produk-detail/261

3.1.7 Kompetitor

a. Abon Lele Al-Fadh

1) Sejarah Perusahaan

Abon Lele Al-Fadh merupakan produk yang diproduksi oleh PT. Alfadh Group Indonesia yang berasal dari Boyolali, yang memproduksi produk yang serupa dengan salah satu produk Marisa *Food* yaitu abon lele. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 2008. Selain produk abon lele, perusahaan ini juga memproduksi keripik, kerupuk, dawet lele dan produk lainnya.

2) Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Al-Fadh Group Indonesia
 Produk : Olahan Ikan
 Alamat : Watukepluk, Tanjungsari,
 Banyudono, Boyolali, Jawa Tengah.
 Nomor Telepon : 0878-3136-8683

3) Data Visual



Gambar 2. 7 Produk Alfadh
 Sumber: [instagram.com/abonalfadh/](https://www.instagram.com/abonalfadh/)



Gambar 2. 8 Produk Alfadh
 Sumber: [instagram.com/abonalfadh/](https://www.instagram.com/abonalfadh/)

b. Snackmonsuta

1) Sejarah Perusahaan

Snackmonsuta merupakan nama merek dari produk yang menjadi bagian dari RajAbon *Food*, UMKM yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur. Snackmonsuta merupakan produk olahan dari ikan wader. Olahan ikan yang dihasilkan untuk Snackmonsuta berupa *snack wader crispy*. Perusahaan ini tergabung dalam Rumah BUMN pada 15 Desember 2016.

2) Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : RajAbon *Food*
Produk : Olahan Ikan
Alamat : Pondok Sidokare Indah, Kecamatan
Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa
Timur
Nomor Telepon : 0856-5533-3998

3) Data Visual



Gambar 2. 9 Produk Snackmonsuta
Sumber: [instagram.com/snackmonsuta/](https://www.instagram.com/snackmonsuta/)



*Gambar 2. 10 Produk Snackmonsuta
Sumber: [instagram.com/snackmonsuta/](https://www.instagram.com/snackmonsuta/)*

3.2 Analisis Data

3.2.1 Analisis SWOT

Tabel 1. 2 Analisis SWOT
Sumber: hasil desain

	Marisa Food	Abon Lele Alfadh	Snackmonsuta
STRENGTH	<ul style="list-style-type: none"> a. Camilan sehat non MSG b. Memanfaatkan semua bagian ikan lele sehingga tidak ada yang menjadi limbah. c. Beragam olahan dari ikan lele d. Produk seperti ladrik, pastel, otak-otak, nugget belum ada pesaing. e. Abon Lele Marisa memiliki 2 varian rasa, yaitu original dan rendang. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemasan yang <i>simple</i> dan mudah dibawa kemana saja. 2. Desain kemasan yang menarik dan memiliki beberapa warna. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Snack</i> ikan wader kekinian dengan kemasan menarik. 2. Memiliki jumlah pengikut pada akun instagram sebanyak 6.887 <i>followers</i>. 3. Tampilan pada feeds Instagram menarik dan sudah tersusun rapi.

	Marisa Food	Abon Lele Alfadh	Snackmonsuta
WEAKNESS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi di media sosial masih belum menarik dan belum tepat. 2. Meskipun sudah berdiri sejak 2011, <i>Marisa Food</i> belum dikenal masyarakat Purbalingga dan luar Purbalingga secara menyeluruh. Promosi yang dilakukan masih kurang menyeluruh 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk abon tidak mengklaim bebas MSG. 2. Produk yang dihasilkan lebih banyak berupa produk kering. 3. Jumlah pengikut yang dimiliki di akun instagram Al-Fadh lebih sedikit dibandingkan <i>Marisa Food</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan hanya <i>Wader Crispy</i>. 2. Meskipun memilih jumlah pengikut Instagram yang lebih banyak, akun tersebut sudah jarang melakukan promosi. 3. Pemasaran produk belum dipromosikan secara optimal.

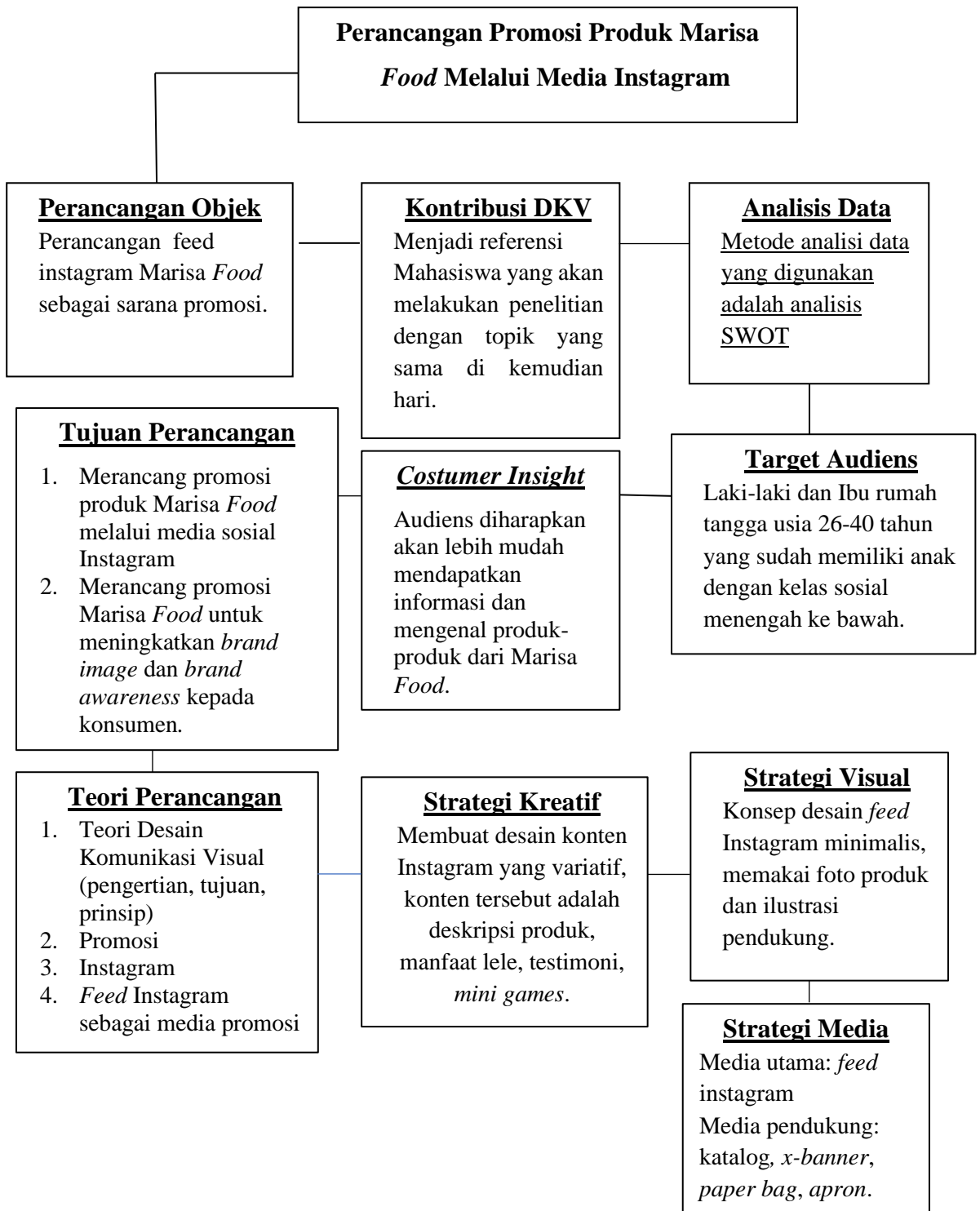
	Marisa Food	Abon Lele Alfadh	Snackmonsuta
OPPORTUNITY	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak prestasi dan sering bekerjasama dengan pemerintah dan mengikuti beragam event sehingga memiliki kesempatan untuk dikenal lebih luas. 2. Memiliki beragam produk, berinovasi dengan mengolah seluruh bagian ikan lele. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki inovasi dalam mengolah lele, seperti memproduksi dawet lele. 2. Memiliki kesempatan untuk lebih dikenal masyarakat karna memproduksi produk yang belum pernah ada sebelumnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kesempatan menjadi produk yang disukai generasi z karna produk berupa <i>snack</i> atau makanan ringan.

	Marisa Food	Abon Lele Alfadh	Snackmonsuta
THREATS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kompetitor yang memiliki produk-produk serupa dengan <i>Marisa Food</i> dan sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat. 2. Minat masyarakat yang kurang terhadap produk-produk UMKM. 3. Kalah saing dengan produk-produk serupa yang mengandung MSG 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan harga dengan produk serupa lain yang memiliki harga lebih murah. 2. Kurangnya minat masyarakat dalam mengonsumsi ikan. 3. Masyarakat cenderung lebih menyukai produk yang sudah terkenal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli konsumen berkurang karna kurangnya promosi. 2. Karena daya beli yang berkurang, produksi bisa terhambat karna kekurangan biaya. 3. Harga bahan untuk produksi yang tiba-tiba naik.

3.2.2 USP (*Unique Selling Point*)

USP merupakan suatu hal yang menjadi pembeda suatu bisnis dengan bisnis lainnya yang serupa, hal ini bertujuan agar pelanggan tidak bingung memilih produk karena semua Perusahaan menawarkan produk yang sama [10]. *Marisa Food* memiliki USP pada bahan baku yang digunakan. *Marisa Food* mengolah seluruh bagian ikan lele menjadi makanan beku maupun kering, dan tanpa penambahan MSG.

3.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 11 Kerangka Penelitian

Sumber : Hasil Desain

3.4 Jadwal Kegiatan

Tabel 1. 3 Jadwal Kegiatan

Sumber: Hasil Desain

Kegiatan	Oktober 2021	Desember 2021	November 2023	Januari 2024	Januari 2024
Pengumpulan Data					
Pengolahan Data					
Analisis Data					
Pembuatan Laporan					
Revisi					