

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai strategi atau pencarian untuk menyelidiki dan memahami fenomena inti [13]. Untuk tujuan memahami fenomena utama, peneliti menanyai peserta studi dengan mengajukan pertanyaan umum yang luas. Informasi yang diberikan oleh partisipan berupa kata-kata atau teks kemudian dikumpulkan. Data dalam bentuk kata-kata atau kalimat kemudian diperiksa, dan hasil studi mungkin berbentuk ilustrasi atau deskripsi.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah UMKM Jamu Mbak Jum yang terletak di Cilacap. Jamu Mbak Jum merupakan sebuah UMKM yang menyediakan berbagai jamu tradisional yang tentunya dibuat dengan cara tradisional tanpa bahan pengawet. Jamu Mbak Jum ini masih memiliki permasalahan pada *branding*, oleh karena itu penulis ingin melakukan *rebranding* dengan tujuan memperbaiki *brand* Jamu Mbak Jum agar nama Jamu Mbak Jum semakin dikenal oleh masyarakat khususnya di Cilacap. Subjek dari penelitian ini adalah Ibu Jumirah selaku pemilik dari Jamu Mbak Jum.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini data primer didapatkan melalui wawancara dengan pemilik UMKM Jamu Mbak Jum serta melakukan observasi secara langsung sedangkan data sekunder didapatkan melalui kuisisioner yang dibagikan kepada pengguna jamu.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan pada penelitian ini yaitu Ibu Jumirah yang merupakan pemilik dari UMKM Jamu Mbak Jum. Ibu Jumirah menjadikan sumber

data yang dapat membantu penelitian ini karena Ibu Jumirah yang merintis usaha jamu tersebut.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara serta dokumentasi dengan pemilik UMKM Jamu Mbak Jum.

3.1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penulisan ini penulis menggunakan metode analisis SWOT karena analisis SWOT merupakan analisis yang cukup mendasar untuk menentukan solusi terbaik dalam permasalahan yang terjadi pada UMKM Jamu Mbak Jum. Analisis SWOT memungkinkan identifikasi kekuatan dan kelemahan UKM ini. SWOT adalah akronim atau singkatan yang terdiri dari empat kata: Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats. Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil

3.2.1.1 Profil Perusahaan

Nama <i>Brand</i>	: Mbak Jum
Produk	: Jamu tradisional
Alamat	: Jalan Nusa Indah no.23, Karangreja, Maos, Cilacap, Jawa Tengah
Telepon	: 08121343695

3.2.1.2 Sejarah

Jamu Mbak Jum adalah sebuah usaha rumahan yang memproduksi jamu tradisioanal seperti kunir asem, paitan, dan wedang secang. Usaha tersebut terletak pada Jalan Nusa Indah

no.23 Desa Karangreja, Kecamatan Maos, Cilacap, Jawa Tengah. Usaha tersebut beridiri pada tahun 2015, didirikan oleh seorang ibu rumah tangga bernama Ibu Jumirah. Mbak Jum merintis usahanya berawal dari kegiatan pelatihan jamu dari program PNPM Mandiri di Balai Desa Karangreja. Ibu Jumirah menekuni pelatihan jamu tersebut kemudian Ibu Jumirah mencobanya dirumah dan memasarkan produknya hingga saat ini. Jamu Mbak Jum hanya memproduksi jamu 2 kali dalam seminggu yaitu pada setiap hari selasa dan jumat, alasannya karena memenuhi permintaan konsumen. Untuk sekali produksi Jamu Mbak Jum bisa mencapai 60 botol. Produk yang diunggulkan dalam UMKM tersebut adalah jamu kunir asemnya karena kebanyakan konsumen yang membeli adalah seorang wanita sehingga Ibu Jumirah membuat varian jamu kunir asem lebih banyak dari varian jamu lainnya. Jamu tersebut dipasarkan melalui *whatsapp* dan menitipkannya di koperasi sekolah terdekat.

3.2.1.3 Data Produk

- | | |
|------------------|-------------|
| 1) Kunir Asem | Rp.6.000,00 |
| 2) Wedang Secang | Rp.6.000,00 |
| 3) Paitan | Rp.6.000,00 |

3.2.1.4 Data Visual



Gambar 3. 1 X banner
Sumber : Data Perusahaan



Gambar 3. 3 Label Kemasan Jamu Mbak Jum
Sumber : Data Penulis



Gambar 3. 2 Produk Jamu Kunir Asem
Sumber : Data Penulis



Gambar 3. 4 Produk Jamu Secang
Sumber : Data Penulis

3.2.2 Promosi yang pernah dilakukan

UMKM Jamu Mbak Jum melakukan promosi melalui media sosial *Whatsapp* dengan memasang foto di status, Jamu Mbak Jum juga menitipkan produknya di koperasi sekolah terdekat serta mendirikan *stand* pada beberapa acara di Balai Desa Karangreja.

3.2.3 Studi Komparasi

3.2.3.1 Profil Perusahaan



Gambar 3. 5 Logo Perusahaan D'Jamoni
Sumber : *Website djamoni*

Nama *Brand* : Djamoni
 Produk : Minuman kesehatan
 Sosial Media : *Instagram @djamoni.cilacap*
 Alamat : Jalan Raya Maos-Kesugihan, Cilacap, Jawa
 Tengah
 Telepon : 081392529002

3.2.3.2 Sejarah dan Data Perusahaan

Brand Djamoni ini berasal dari Jakarta Timur tepatnya berada di Villa Kupu Kupu blok D-5, Kelurahan Pondok Ranggong, Kecamatan Cipayung. Djamoni memiliki cabang yang tersebar di Pulau Jawa dan Pulau Sumatera, diantara cabang yang berada di Kepulauan Jawa salah satunya berada di Cilacap. Pemilik agen Djamoni yang berada di Cilacap bernama Endru Sapto Gustiningsih, sementara pemilik *brand* Djamoni bernama Wida Pratiwi. Menurut website Djamoni, *brand* tersebut berdiri sejak tahun 2018. *Brand* Djamoni menyediakan berbagai macam jamu tradisional, diantaranya yang terlaris adalah jamu kunyit asem.

3.2.3.3 Data Produk

1) Kunir Asem	Rp.15.000,00
2) Kunir Asem Sirih	Rp.15.000,00
3) Kunir Asem Mix Beras kencur	Rp.15.000,00
4) Beras Kencur	Rp.15.000,00
5) Jahe	Rp.15.000,00

6) Temulawak	Rp.15.000,00
7) Gula Asem	Rp.15.000,00
8) Pahitan	Rp.15.000,00
9) Alang-alang Lemon	Rp.15.000,00
10) Sereh Teleng	Rp.15.000,00
11) Rosella	Rp.15.000,00
12) Madu Randu	Rp.60.000,00
13) Sari Lemon	Rp.80.000,00
14) Jahe – Sereh – Lengkuas	Rp.20.000,00

3.2.3.4 Data Visual



Gambar 3. 6 Produk Djamoni
Sumber : *Instagram @djamoni.cilacap*



Gambar 3. 7 Produk Djamoni
Sumber : *Instagram @djamoni.cilacap*



Gambar 3. 8 Produk Djamoni
Sumber : *Instagram @djamoni.cilacap*



Gambar 3. 9 Produk Djamoni
Sumber : *Instagram @djamoni.cilacap*



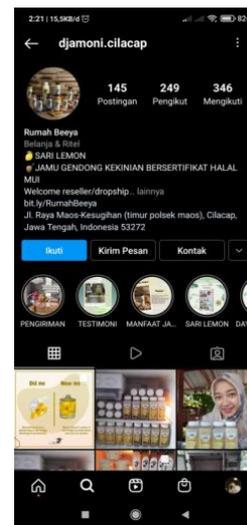
Gambar 3. 11 Produk Djamoni
Sumber : Instagram @djamoni.cilacap



Gambar 3. 10 Produk Djamoni
Sumber : Instagram @djamoni.cilacap



Gambar 3. 13 Produk Djamoni
Sumber : Instagram @djamoni.cilacap



Gambar 3. 12 Instagram Djamoni
Sumber : Instagram @djamoni.cilacap

3.2.3.5 Profil Perusahaan



Gambar 3. 14 Logo Jamu Bu Kamini
Sumber : Data Perusahaan

Nama Brand : Jamu Bu Kamini

Produk : Minuman kesehatan

Sosial Media : *Instagram @mendjamu_*
 Alamat : Jalan Nusantara, Karangtalun, Cilacap
 Telepon : 08823942598

3.2.3.6 Sejarah dan Data Perusahaan

Jamu Bu Kamini berdiri sejak bulan Agustus tahun 2021 yang beralamat di Jalan Nusantara, Karangtalun, Cilacap. Pemilik usaha tersebut bernama Ibu Kamini namun saat ini usaha tersebut dijalankan oleh anaknya yang bernama Feby. Jamu Bu Kamini mampu memproduksi jamu setiap hari sebanyak 7 ember jamu. Jamu Bu Kamini menyediakan berbagai varian jamu tradisional dengan varian 350ml dan 500ml dengan harga yang cukup terjangkau. Jamu Bu Kamini dipasarkan melalui media sosial *facebook, instagram, whatsapp* dan berjualan keliling.

3.2.3.7 Data Produk

1) Kunir Asem	Rp. 6.000/Rp.11.000
2) Beras Kencur	Rp. 6.000/Rp.11.000
3) Suruh	Rp. 6.000/Rp.11.000
4) Paitan	Rp. 7.000/Rp.12.000
5) Temulawak	Rp. 6.000/Rp.12.000
6) Kuniradem	Rp. 7.000/Rp.12.000
7) Legian Jahe	Rp. 7.000/Rp.13.000
8) Wejahan	Rp. 7.000/Rp.12.000
9) Majakani	Rp. 8.000/Rp.15.000
10) Cabe Puyang	Rp. 8.000/Rp.15.000

3.2.3.8 Data Visual



Gambar 3. 15 Produk Jamu Bu Kamini
Sumber : *Instagram @mendjamu_*



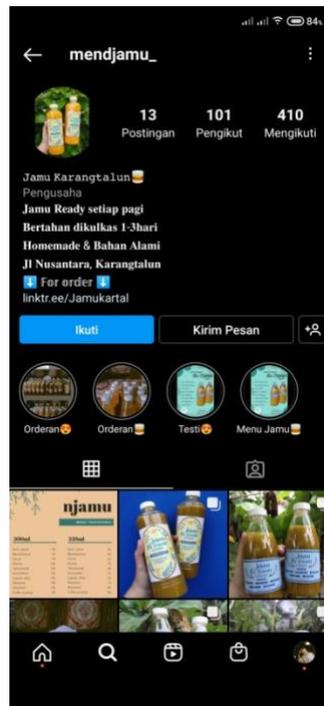
Gambar 3. 16 Produk Jamu Bu Kamini
Sumber : *Instagram @mendjamu_*



Gambar 3. 17 Produk Jamu Bu Kamini
Sumber : *Instagram @mendjamu_*



Gambar 3. 18 Produk Jamu Bu Kamini
Sumber : *Instagram @mendjamu_*



Gambar 3. 19 Instagram Jamu Bu Kamini
Sumber : Instagram @mendjamu_

3.2.4 Hasil Wawancara

Berikut adalah hasil wawancara dengan narasumber Ibu Jumirah selaku pemilik Jamu Mbak Jum :

- 1) Kapan berdirinya Jamu Mbak Jum?
Sejak tahun 2015.
- 2) Mengapa memilih produk jamu tradisional untuk dipasarkan?
Karena pernah mendapatkan pelatihan jamu dari PNPM Mandiri di balai desa.
- 3) Ada berapa jenis jamu yang diproduksi?
Baru ada 3 jenis jamu.
- 4) Berapa harga jamu perbotol?
Perbotol dihargai Rp.6.000 semua jenis jamu
- 5) Untuk sekali produksi mencapai berapa botol?
Sekitar 60 botol, paling banyak jamu kunir asem karena banyak permintaan.
- 6) Memproduksi jamu tradisional pada hari apa?

Hanya hari selasa dan jumat.

- 7) Mengapa hanya memproduksi jamu tradisional 2 kali dalam 1 minggu?

Karena menyesuaikan permintaan pelanggan.

- 8) Bagaimana cara memasarkan produk Jamu Mbak Jum?

Biasanya dititipkan di koperasi sekolah, terus bikin status di *whatsapp* biar ada yang pesen pre-order, kalo dulu pernah ada kegiatan di balai desa terus bikin stand jamu.

- 9) Target market ditujukan untuk siapa?

Untuk semua kalangan usia, tapi kalau jamu paitan untuk kalangan dewasa sampai lansia.

- 10) Adakah kompetitor dari Jamu Mbak Jum?

Ada banyak yang tanpa merek yang dijual di pasar, tapi ada juga yang merk djamoni di daerah Cilacap.



Gambar 3. 20 Wawancara Dengan Ibu Jumirah
Sumber : Data Penulis, 2022

3.2.5 Analisis SWOT

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki Jamu Mbak Jum dengan tujuan untuk mengetahui dan menemukan kekurangan dan kelebihan dari masing masing *brand*, analisis ini diharapkan dapat meminimalkan kelemahan,

ancaman, dan dapat membangun peluang untuk pengembangan produk UMKM Jamu Mbak Jum.

Tabel 3. 1 Analisis SWOT

<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemhan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku murah dan mudah di dapat - Harga produk terjangkau 	<ul style="list-style-type: none"> - Hanya memproduksi 2 kali dalam 1 minggu - Jamu tidak dapat bertahan lama - Jangkauan pemasaran kurang luas - Jenis produk yang kurang variatif
<i>Opportuninty (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Target pasar untuk semua kalangan ekonomi - Di dukung pemerintah desa setempat - Alternatif obat farmasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar kompetitor lebih luas - Selera masyarakat cepat bosan - Kompetitor membuat inovasi jamu lainnya

3.2.6 USP (*Unique Selling Proposition*)

Fungsi utama dari *Unique Selling Proposition* adalah untuk menyajikan karakteristik penting yang membuat suatu produk menjadi unik, diikuti dengan penciptaan klaim pemasaran yang tidak dapat atau tidak akan dipilih oleh pesaing. Dalam menyampaikan *Unique Selling Proposition*, keunikan suatu produk terletak pada kemampuannya untuk menawarkan manfaat yang berarti kepada pelanggan.

Adapun keunggulan dari Jamu Mbak Jum yang tidak dimiliki oleh kompetitornya dan menjadi daya tarik bagi calon konsumen, yaitu Jamu Mbak Jum merupakan UMKM jamu tradisional yang di dukung oleh

pemerintah desa setempat dan menggunakan bahan utama pembuatan jamu yang ditanam sendiri.

3.2.7 Positioning

Positioning adalah proses atau upaya menempatkan produk, merek, bisnis, orang, atau apa pun dalam pikiran mereka yang dianggap sebagai pelanggan atau target. Positioning pada UMKM Jamu Mbak Jum ini adalah desain feed instagram yang menarik dengan konsep vector sederhana agar mudah dipahami dan dikenal masyarakat.

3.2.8 Target Audiens

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik UMKM Jamu Mbak Jum menyatakan bahwa target audiens dari Jamu Mbak Jum sebagai berikut :

a. Demografis

- Umur : 18 – 25 Tahun (target market umur 35 – 50 tahun karena kebutuhan imunitas)
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Tingkat pendidikan : SD – Perguruan Tinggi
- Pekerjaan : Ibu rumah tangga, pelajar, dan pekerja

b. Geografis

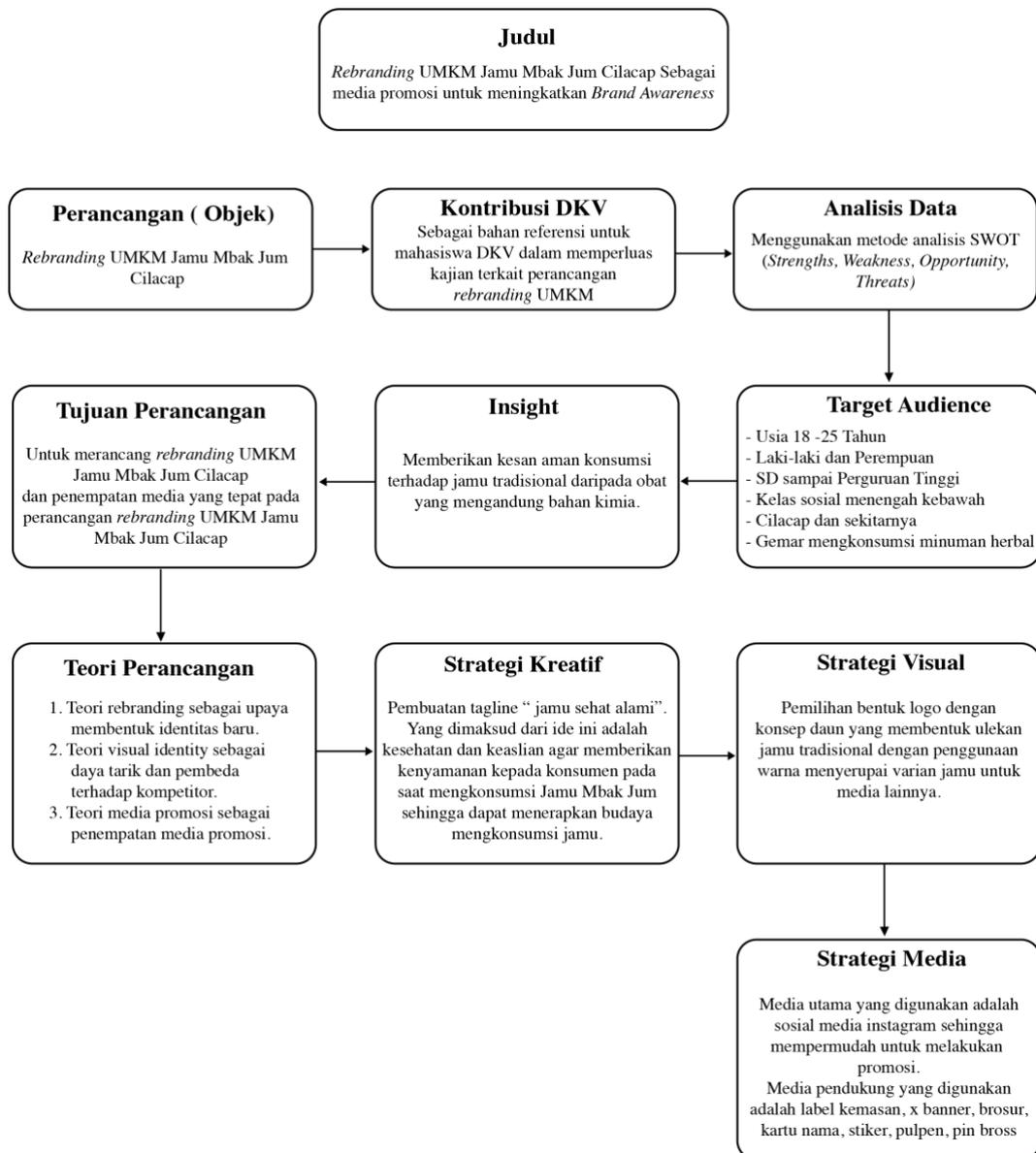
Untuk geografisnya adalah Kota Cilacap dan sekitarnya.

c. Psikografis

- Minat: Senang mengkonsumsi minuman herbal
- Opini: Orang yang senang mengkonsumsi minuman herbal untuk menjaga kesehatan tubuhnya

3.2.9 Kerangka Penelitian

Dalam penyusunan penulisan ini didapatkan kerangka penulisan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 21 Kerangka Penelitian

3.2.10 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan Ke-1	Bulan Ke-2	Bulan Ke-3	Bulan Ke-4	Bulan Ke-5	Bulan Ke-6	Bulan Ke-7	Bulan Ke-8
Pengumpulan Data								
Pengolahan Data								
Analisis Data								
Pembuatan Laporan								
Revisi								
Protoytp								