

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Identifikasi Data

3.1.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini untuk menjelaskan dan menggambarkan secara menyeluruh tahap rancangan serta tahap penelitian secara rinci. Sebelum melakukan penelitian perlu diuraikan dengan jelas bahwa rancangan penelitian yang bersifat kualitatif (deskriptif) memang benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian (mengapa melakukan penelitian) dan dengan tujuan khusus [14]. Dimulai dari menjabarkan topik, rumusan masalah, menganalisis data, target audiens, strategi kreatif dan visual, serta melaporkan hasil perancangan secara utuh. Dalam kerangka kerja penelitian hendaknya kerangka filosofis yang melandasi penelitian dapat dinyatakan secara eksplisit.

Penelitian menggunakan desain penelitian kualitatif (deskriptif). Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk menjabarkan dan menjelaskan tentang media promosi Keripique keripik pisang khas Malang.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah *owner* dari Keripique yaitu Linda Rahmawati dan Wahyu Dwi Widodo dan yang dijadikan sebagai objek penelitian ini adalah keripik pisang Keripique. *Owner* Keripique akan dimintai keterangan tentang strategi yang diterapkan dalam mengembangkan bisnis Keripique yang menjadi persaingan keripik pisang saat ini di daerah Malang.

Objek penelitian adalah topik permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Objek penelitian adalah gabungan elemen yang berupa orang, suatu kelompok organisasi atau benda yang akan diteliti [15]. Adapun objek penelitian ini yaitu keripik pisang kruwel Keripique khas kota Malang.

3.1.3 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan atau di tempat penelitian melalui wawancara dan observasi terhadap subyek penelitian. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data utama dalam penelitian kualitatif. Kata-kata dan tindakan adalah sumber

informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara di tempat [16]. Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu Wahyu Dwi Widodo selaku *owner* Keripique. Di dalam data primer penelitian ini meliputi peningkatan, penurunan penjualan keripik Keripique dengan adanya kelebihan dan kekurangan produk Keripique.

3.1.4 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung berhadapan dengan narasumber. Data sekunder diperoleh dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat kabar, notulen rapat, dokumen-dokumen resmi, hasil survei, dan sebagainya [16]. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumen-dokumen jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu Perancangan desain kemasan *brand* Keripique. Alasan pengambilan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian dengan data Keripique tepat dan sesuai atau tidaknya.

3.1.5 Informan Penelitian

Informan penelitian sama halnya dengan subjek penelitian. Dapat diartikan sebagai orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang permasalahan pada penelitian. Informan merupakan orang yang menjadi subjek dalam penelitian yang di gunakan peneliti untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang ada. Informan atau narasumber pada penelitian ini adalah Wahyu Dwi Widodo selaku *owner brand* keripik pisang Keripique khas kota Malang. Alasan peneliti memilih beliau untuk dijadikan sebagai informan penelitian adalah karena beliau adalah *owner*, sehingga sangat berpengaruh terhadap validnya informasi data yang diberikan oleh beliau.

3.1.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah menggunakan observasi, wawancara, dan studi literatur.

3.1.6.1 Observasi

Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan langsung mendatangi lapangan. Peneliti sebagai pengamat tidak sepenuhnya sebagai pemeran serta, tetapi masih melakukan fungsi pengamatan. Dalam hal ini peneliti menjadi anggota pura-pura, dalam artian tidak melebuhi dalam

arti yang sesungguhnya [17]. Penelitian melakukan observasi untuk mengetahui situasi dan kondisi desain kemasan Keripique. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung ke kediaman *owner* Keripique dan juga mengunjungi tempat Keripique dititipkan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat melihat atau menemukan hal-hal yang kurang atau tidak diamati oleh *owner* dan orang lain.

3.1.6.2 Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah suatu percakapan yang terjadi antar dua orang atau lebih dan terjadi interaksi [17]. Maksud mengadakan wawancara, seperti yang ditegaskan oleh Lincoln dan Guba yaitu antara lain: Mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Wawancara tidak tertata atau terbuka sering digunakan dalam penelitian bagian pendahuluan, biasanya digunakan untuk menemukan permasalahan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui hal-hal dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur untuk mengetahui permasalahan dari kemasan Keripique. Wawancara ini dilakukan oleh penulis dan narasumber yang terkait. Narasumbernya adalah *owner* dari produk Keripique yaitu Wahyu Dwi Widodo. Beliau seorang karyawan tetap di sebuah perusahaan ternama. Alasan beliau membuka bisnis keripik pisang kruwel Keripique ini hanya untuk sampingan saja.

3.1.6.3 Studi Literatur

Studi literatur yaitu alat pengumpulan data untuk mengungkapkan berbagai teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi atau diteliti sebagai bahan pembahasan hasil penelitian yang diambil dari berbagai buku-buku yang dianggap relevan terhadap isi penelitian [17]. Maksud dari studi literatur ini agar penelitian ini relevan dengan teori – teori yang sudah ada sebelumnya. Sehingga data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan kajian yang ada di jurnal atau buku. Yang relevan untuk penelitian sejauh ini adalah jurnal-jurnal yang jelas. Sehingga penelitian ini relevan dan ilmiah karena menggunakan jurnal-jurnal sebagai perbandingan dan referensi dari penelitian ini.

3.1.6.4 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi mencari sumber data tertulis dalam bidang yang relevan dengan masalah yang diteliti. Studi dokumentasi dapat digunakan untuk pengujian dan interpretasi

penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperkuat analisis penelitian secara visual yang berkaitan dengan pembuatan desain kemasan Keripique.

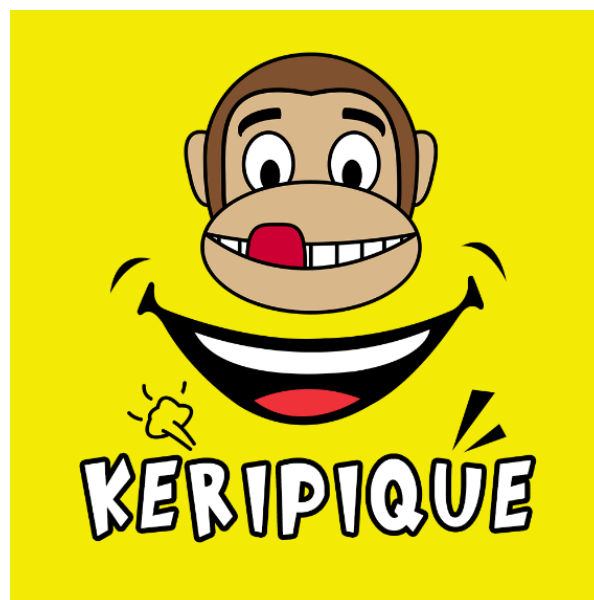
3.1.6.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan tahapan proses penelitian dimana data yang sudah dikumpulkan dikelola untuk menjawab permasalahan yang ada. Metode analisis data ini dikumpulkan lalu diproses untuk menghasilkan kesimpulan dan mengambil keputusan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika maksimalisasi kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).” [18].

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Perusahaan

| | |
|---------------------------|--|
| Nama <i>brand</i> | : Keripique |
| Produk | : <i>Snack and food</i> |
| Sosial media <i>brand</i> | : keripiq.ue |
| Telepon | : 081228035789 |
| Email | : keripique@gmail.com |



Gambar 3 1 Logo Keripique

Sumber data : Perusahaan

3.2.2 Sejarah dan Data Produk

Pada awal tahun 2020, ada jajanan yang sedang naik daun di Malang yaitu keripik pisang kruwel. Keripik pisang ini terkenal karena bentuknya yang kruwel dan rasanya yang lebih gurih dibandingkan dengan keripik pisang biasa. Kemudian bermunculan *brand* keripik pisang kruwel, salah satunya adalah Keripique. Keripique ini didirikan oleh sepasang suami istri bernama Linda Rahmawati dan Wahyu Dwi Widodo. Keripique berasal dari kata “Keripik” dan “que” hanyalah bahasa kekinian yang sering diucapkan oleh masyarakat luas agar mudah diingat. Keripique dapat dijumpai dipusat oleh-oleh sekitar kota Malang karena *owner* belum ingin membuka *outlet* sendiri. Setiap harinya penjualan Keripique meningkat. Dengan peningkatan penjualan, Keripique ingin memperbarui desain kemasannya agar lebih menarik.

Keripique kini masih mengandalkan menu keripik pisang kruwel saja tanpa ada rasa lain. Keripique masih ingin memfokuskan pada pisang kruwel karena cita rasa dan bentuk pisangnya yang unik. Keripique membandrol harga Rp 20.000 per-*pouch* nya. Keripique mempunyai berat 100g perpouchnya.

| No | Berat | |
|----|--------|---------|
| | 250g | 1Kg |
| 1. | 30.000 | 170.000 |

Tabel 3 1 Tabel Harga Keripique

Sumber data: Perusahaan

3.2.3 Data Visual



Gambar 3 2 Kemasan Lama Keripique
Sumber data: Keripique



Gambar 3 3 Instagram Keripique
Sumber data : Perusahaan



Gambar 3 4 Rumah Produksi
Sumber data : Observasi



Gambar 3 5 Hasil Olahan

Sumber: Hasil observasi penulis

3.2.4 Hasil Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung kediaman *owner* Keripique. Informasi diperoleh dengan mewawancarai pemilik dari *brand* Keripique yang bernama Wahyu

Dwi Widodo. Wawancara dilakukan di Perumahan GREEN LAND Blok D.07, Sukun, Karang Besuki, Malang, Jawa Timur. Observasi serta data-data yang valid dilakukan pada hari Senin, 25 Oktober 2021 pukul 10.00 WIB dengan pengamatan dan penulisan secara langsung mengenai informasi data Keripique.

Informasi yang diperoleh adalah bahwasannya Keripique merupakan usaha UMKM yang didirikan karena ada peluang besar dari berjualan keripik pisang kruwel yang sedang naik daun pada saat itu. Kemudian *owner* menjajal membuat pisang kruwel dengan bahan dasar yang sama tetapi ditambah dengan pengolahan yang berbeda. Sehingga rasa dan tekstur yang dihasilkan berbeda dari keripik pisang kruwel lainnya. Itu menjadikan peningkatan penjualan Keripique terus meningkat hingga saat ini. Rencananya Keripique pada tahun 2022 akan mulai mengirimkan produknya keseluruh Indonesia. Dari rencana tersebut Keripique ingin memperbaharui desain kemasan yang lebih menarik konsumen.

Dari hasil observasi dan wawancara di atas peneliti bermaksud untuk melakukan perancangan kemasan untuk keripik pisang Keripique khas Kota Malang.

3.2.5 Studi Komparasi Terhadap Kompetitor

3.2.5.1 Bang Kruwel



Gambar 3 6 logo bang kruwel

Sumber data : bang kruwel

Nama *Brand* : Bang Kruwel
Produk : Keripik Pisang Kruwel
Sosial Media *Brand* : @bangkruwel

3.2.5.2 Data Perusahaan dan Produk

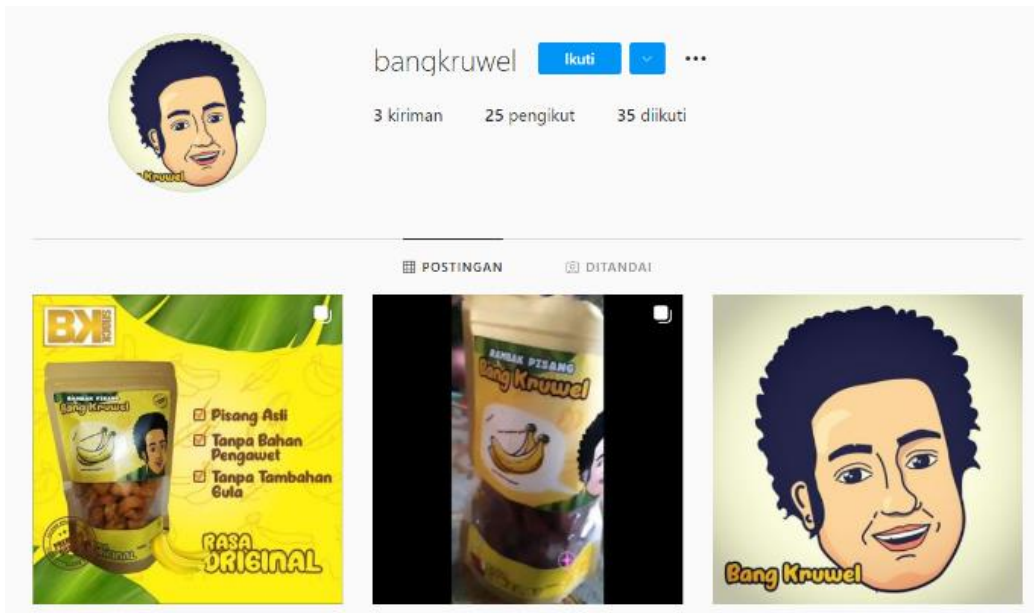
Keripik pisang kruwel Bang Kruwel ini merupakan salah satu UMKM yang ada di kota Malang. Bang Kruwel berdiri sejak pertengahan tahun 2019. Bang kruwel memiliki banyak varian rasa serta berat perproduk. Promosi yang sudah dilakukan adalah membuat medial sosial *Instagram* serta membuat akun bisnis di *e-commerce*. Itu membantu mempromosikan produk Bang Kruwel. Yang membedakan Bang Kruwel dengan Keripique adalah penggunaan bahan dasar dan juga cara pegolahan. Dalam bentuk kemasan Bang Kruwel menggunakan ilustrasi seorang laki-laki berambut keribo. Kemudian, Bang Kruwel memberi harga Rp 15.000-/pcs dengan berat 100g.

| No | Rasa | Harga | | |
|----|----------|--------|--------|---------|
| | | 100g | 300g | 1Kg |
| 1. | Original | 15.000 | 40.000 | 100.000 |
| 2. | Cokelat | 15.000 | 40.000 | 100.000 |
| 3. | Keju | 15.000 | 40.000 | 100.000 |
| 4. | Vanila | 15.000 | 40.000 | 100.000 |

Tabel 3 2 tabel harga bang kruwel

Sumber data : Tokopedia

3.2.5.3 Data Visual



Gambar 3 7 Instagram bang kruwel
Sumber data : Instagram bang kruwel



Gambar 3 8 Poster bang kruwel
Sumber data : Tokopedia



Gambar 3 9 poster bang kruwel
 Sumber data : Tokopedia



Gambar 3 10 Foto Produk
 Sumber data : Tokopedia



Gambar 3 11 poster bang kruwel
Sumber data : Tokopedia

3.2.5.4 Keeping Pisang

Nama *Brand* : Keeping Pisang
Produk : Keripik Pisang Malang
Sosial Media *Brand* : @keeping.pisang
Telepon : 085791413793

3.2.5.5 Data Perusahaan dan Produk

Keripik pisang Keeping Pisang ini merupakan salah satu UMKM yang ada di kota Malang. Keeping Pisang berdiri sejak pertengahan tahun 2020. Varian rasa yang dihadirkanpun beragam. Ada rasa choco melted, matcha melted, pinky melted, serta taro melted. Keeping Pisang ini membuka outlet di 3 tempat yaitu Blitar, Malang dan Pasuruan. Promosi yang telah dilakukan oleh Keeping Pisang adalah membuat media promosi di media social *Instagram*. Kemudian Keeping Pisang melakukan *endorse* kepada orang-orang yang namanya cukup berpengaruh terhadap *insight*.

Yang membedakan Keeping Pisang dengan Keripique adalah penggunaan bahan dasar dan juga cara pengolahan. Dalam bentuk kemasan Keeping Pisang menggunakan desain kemasan yang sederhana. Mereka menggunakan *pouch* kertas yang ditempel dengan stiker Keeping Pisang. Keeping Pisang mempunyai media promosi di *Instagram* yang bernaman @keeping.pisang dan

mereka aktif dalam membuat *feeds Instagram* mereka. Keeping Pisang juga memiliki banyak varian rasa seperti choco melted, matcha melted, pinky melted, dan juga taro melted. Keeping Pisang dibandrol dengan harga Rp 18.000-/pcs dengan berat 100g.

| No | Rasa | Harga |
|----|---------------|--------|
| | | 100g |
| 1. | Choco Melted | 18.000 |
| 2. | Matcha Melted | 18.000 |
| 3. | Pinky Melted | 18.000 |
| 4. | Taro Melted | 18.000 |

Tabel 3 3 Tabel Harga Keeping.Pisang
Sumber data : Instagram Keeping.pisang

3.2.5.6 Data Visual



Gambar 3 12 Foto Produk Keeping Pisang
Sumber data : Instagram Keeping.Pisang



Gambar 3.13 Instagram Keeping.Pisang
Sumber data : Instagram Keeping.Pisang

3.3 Analisis SWOT, USP dan *Positioning*

3.3.1 Analisis SWOT

Jika kamu ingin mempunyai bisnis yang maju, maka kamu harus memiliki strategi yang baik dengan cara menganalisa kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan juga ancaman. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sehingga menghasilkan margin keuntungan yang jauh lebih tinggi. Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats adalah faktor dinamis dari SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats), yang menggunakan sumber daya dan keadaan yang ada untuk mengoptimalkan dan mengalokasikan untuk mencapai target tujuan tertentu yang dapat mewakili kemampuan suatu tujuan. Oleh karena itu, fungsi analisis SWOT dan strategi bersaing adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan dan keunggulan bersaing perusahaan/perusahaan. Hal ini dilakukan melalui analisis situasi internal perusahaan dan analisis peluang dan ancaman. Hal ini dilakukan melalui analisis kondisi eksternal perusahaan [9]. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic*

planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini [10]. Berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis, maka pada analisis data ini dirumuskan menggunakan analisis SWOT Keripique sebagai berikut:

| Strength (kekuatan) | Weakness (kelemahan) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Pisang kruwelnnya yang kecil, kruwel, renyah sehingga mudah dikonsumsi semua umur. - Potongan pisang yang kecil sehingga mudah dimakan dalam satu gigit. - Produksi yang cepat. - Perpaduan warna <i>pouch</i> dengan stiker kemasan cocok. | <ul style="list-style-type: none"> - Desain kemasan yang sangat sederhana yang menggunakan <i>standing pouch</i> yang ditempel stiker - Belum memiliki media promosi. |
| Opportunity (peluang) | Threats (ancaman) |
| <ul style="list-style-type: none"> - Peluang Keripique adalah bisa menjadi snack nomor satu di Malang. - Desain kemasan yang komunikatif dan mudah diingat. - Bisa dikenal oleh masyarakat luas. | <ul style="list-style-type: none"> - Ancaman pada Keripique yaitu bermunculan keripik pisang kruwel yang desain kemasannya lebih menarik. - Adanya produk keripique yang sama. - Dengan kelemahannya di media promosi akan menjadikan target audiencenya berkurang. |

Tabel 3 4 Analisis Data
Sumber Data: Data Analisis data

3.3.2 USP (Unique Selling Proposition)

USP merupakan faktor atau pertimbangan dari penjual sebagai alasan bahwa produk mereka lebih baik dari produk kompetitor atau memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor. Keripique memiliki keunggulan tersendiri yaitu diproduksi dengan higienis serta potongan buah yang kecil-kecil sehingga mudah dimakan. Rasa manisnya yang pas menjadikannya cocok untuk semua kalangan.

3.3.3 Positioning

Positioning Keripique adalah *one bite* atau sekali gigit. Itu dikarenakan potongan buah pisang yang kecil-kecil sehingga memudahkan untuk dikonsumsi.

3.3.4 Target Audiens dan Target Market

1. Target Audiens

A. Segi Demografis

Target *audience* nya adalah berjenis kelamin pria dan wanita dengan rentang usia 12 – 55 tahun. Merupakan sekelompok orang yang menyukai kuliner, jajan, makanan gurih dan manis.

B. Segi Geografis

Target *audience* nya adalah wisatawan dan warga Malang. Tetapi dikhususkan warga Malang agar dapat merekomendasikan produk kepada masyarakat dari kota lain.

C. Segi Behaviour

Target *audience* nya adalah bagi mereka yang menyukai makanan gurih, manis dan menyukai buah pisang.

D. Segi Psikografis

Target *audience* nya adalah orang yang aktif, suka jalan-jalan dan suka mencoba hal baru dan unik.

E. *Consumen Needs*

Makanan yang renyah, gurih, sehat, manis dan tanpa bahan pengawet.

2. Target Market

a. Geografis : Kota Malang

b. Demografis :

1. Usia : 12 – 55 tahun

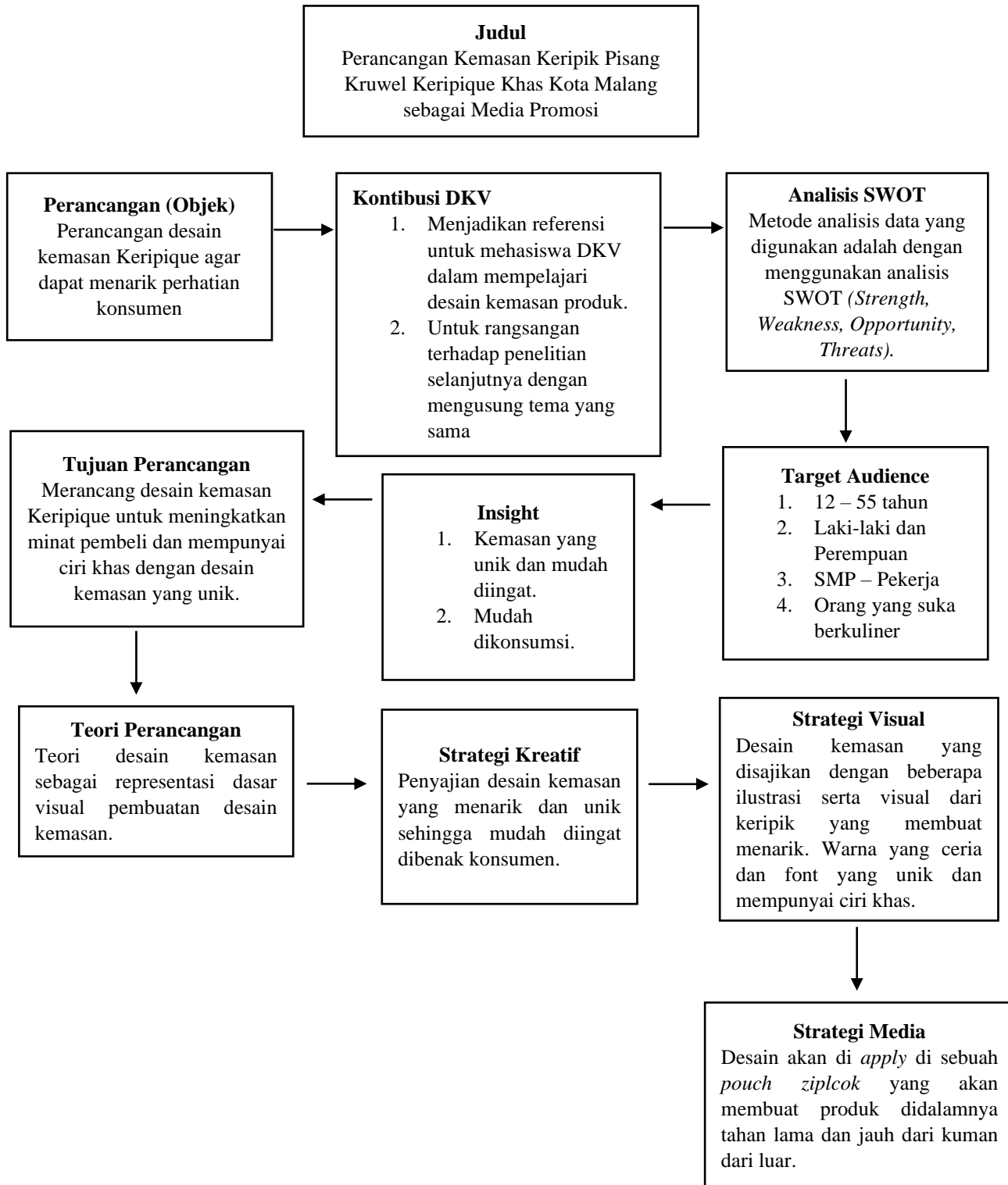
2. Kelamin : Pria dan Wanita

3. Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan

4. Pendidikan : Semua jenjang pendidikan

5. Psikografis : Orang yang suka berkuliner

3.3.5 Kerangka Penelitian



Tabel 3 5 Kerangka Analisis
Sumber data : Analisis Data

3.3.6 Jadwal Penelitian

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | |
|----|---|-------|-------|-----|------|------|---------|
| | | Maret | April | Mei | Juni | Juli | Agustus |
| 1. | Survey awal dan penentuan lokasi penelitian | | | | | | |
| 2. | Penentuan judul penelitian | | | | | | |
| 3. | Pengumpulan data | | | | | | |
| 4. | Penyusunan proposal | | | | | | |
| 5. | Analisis data | | | | | | |
| 6. | Revisi proposal | | | | | | |
| 7. | Pengajuan sidang Tugas Akhir | | | | | | |

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian
Sumber data : Penulis