BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Mulyana, 2008) dalam (Mouwn Erland, 2020), mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2011) dalam (Veronisa *et al.*, 2022), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawan nya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Bawasannya peneliti ingin mengetahui bagaimana alur produksi sampai ke tahap pemasaran pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 dengan menggunakan analisis rantai nilai (*value chain*) guna meningkatkan keunggulan kompetitif pada UMKM tersebut. Peneliti melakukan tahapan wawancara dengan pemilik UMKM secara lebih mendalam mengenai usahanya dan beberapa pelaku yang ikut terlibat lainnya, hal tersebut dirasa lebih efektif guna mendapatkan iformasi secara akurat terkait UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.

Pada tahap wawancara atau bisa dikatakan observasi guna memperoleh data secara deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan tujuannya untuk menggambarkan karakteristik sebuah populasi atau fenomena yang ada. Menurut Sugiyono (2018: 86) dalam (Veronisa *et al*., 2022), penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang di lakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

3.2 Unit Analisis

Bahwasannya penelitian kualitatif sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, suatu unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian adalah hal yang krusial kedudukannya di dalam sebuah penelitian, subjek penelitian harus diidentifikasi terlebih dahulu sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Adapun subjek dalam penelitian penelitian ini adalah informan kunci dan informan utama. Informan adalah orang yang terlibat dalam memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penelitian ini tertuju pada pemilik Kripik Tempe Pecah 1000 Bapak Akhmad Suyitno sebagai informan kunci dan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan utama (*Key Activities*) Kripik Tempe Pecah 1000, yakni karyawan Kripik Tempe Pecah 1000 (Internal), dan *Reseller* (Eksternal) sebagai informan utama. Penentuan informan yakni dengan menggunakan metode *snowball sampling*, Sugiyono (Sugiono, 2015) dalam (Suriani *et al.*, 2023), menambahkan bahwa *snowball sampling* adalah teknik pengambilan

sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Bahwasannya suatu teknik penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No.	Informan	Keterangan
1.	Pemilik Usaha Kripik Tempe Pecah 1000	Informan Kunci
2.	Karyawan	Informan Utama
3.	Konsumen	Informan Utama

Sumber : Data Peneliti, 2025

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, tetapi setelah fokus penelitian menjadi sangat jelas, kemungkinan instrumen penelitian tersebut dikembangkan secara lebih sederhana diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan data yang telah ditentukan melalui observasi dan wawancara. Adapun instrumen-instrumen dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Key instrumen, peneliti sendirilah yang berperan sebagai alat utama dalam penelitian.
2. Instrumen lainnya:
   a. Pedoman wawancara
   b. Alat perekam wawancara
   c. Alat pengambil gambar

3.4 Lokasi Penelitian

Pada penetapan lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis ini dilaksanakan di UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 Dusun Nyeoran, Blok E30 RT/51 RW/11, Desa Kaliboto Lor, Kecamatan Jatiroto, Kabupatem Lumajang.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan suatu keterangan atau fakta-fakta yang diperoleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung, yang juga bisa digunakan untuk keperluan penelitian. Berdasarkan jenis sumber data yang diperoleh, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data yang dimaksud adalah yang mewakili suatu opini ataupun posisi formal, dalam perihal ini informasi primer dapat berbentuk memo, pesan, hasil wawancara ataupun pidato baik dalam format audio, vidio, ataupun transkip tertulis. Sumber informasi yang digunakan untuk riset penelitian ini merupakan hasil wawancara secara langsung serta langsung dengan subjek riset, ialah Bapak Ahmad selaku owner UMKM

Kripik Tempe Pecah 1000 sebagai informan utama mengenali totalitas proses operasional produksi hingga pemasaran usaha.

3.5.2 Data Sekunder

Data yang dimaksud adalah data riset kepustakaan sumber informasi lain yang berkaitan dengan strategi operasional dan pemasaran produk, bisa berupa jurnal, buku yang mungkin dibutuhkan dan terpaut dalam riset penelitian ini. Tidak hanya itu informasi sekunder yang diperoleh juga dari media pesan berita mengenai UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Langkah yang paling penting dalam melakukan sebuah penelitian adalah melakukan teknik pengumpulan data. Semakin baik proses pengumpulan data, maka hasil penelitian yang didapatkan akan semakin relevan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka.

1. Wawancara

   Wawancara merupakan suatu prosedur untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan aktivitas tanya jawab dengan bertatap muka. Menurut Sugiyono (2016: 231) dalam (Pratiwi, 2017), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini digunakan wawancara dengan jenis semi terstruktur. Wawancara jenis ini memiliki beberapa karakteristik yaitu pertanyaan yang diberikan bersifat terbuka, namun ada batasan tema dan alur pembicaraan serta adanya pedoman yang dijadikan patokan urutan, alur, serta penggunaan kata yang dapat digunakan sebagai alat kendali bagi peneliti selama wawancara berlangsung. Adapun informan yang diwawancarai terdiri dari pemilik Kripik Tempe Pecah 1000 Bapak Akhmad Suyitno sebagai informan utama yang mengetahui keseluruhan proses operasional usaha, serta informan pendukung yakni karyawan tetap Kripik Tempe Pecah 1000.

2. Observasi

   Observasi sendiri merupakan pengamatan dan juga pencatatan secara sistematik yang muncul di dalam peristiwa-peristiwa yang ada pada objek penelitian. Adler & Adler (1987: 389) dalam (Hasanah, 2016), menyebutkan bahwa observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Penggunaan observasi digunakan oleh penulis agar dapat memahami dan mengamati secara langsung setiap kegiatan bisnis proses pemasaran yang dilakukan Kripik Tempe Pecah 1000 yang tampak secara lebih lengkap dan tajam. Observasi ini terkait dengan kegiatan bisnis Kripik Tempe Pecah 1000, mulai dari pemesanan bahan baku produk kepada pemasok, proses produksi, penerimaan pesanan pelanggan, pembuatan invoice, hingga tahap finishing dan packing dari produk tersebut hingga tahap pemasaran.

3. Dokumentasi

   Pada teknik dokumentasi ini, penulis akan menyelidiki benda-benda tertulis yang mendukung pada penelitian ini. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data

yang bersifat sekunder, yang tidak diperoleh langsung dari proses observasi atau wawancara, melainkan dari dokumen yang telah diterbitkan atau tercatat sebelumnya. Menurut Sugiyono (2018:476) dalam (Salim *et al*., 2022), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Penggunaan dokumentasi digunakan oleh penulis sebagai data pelengkap agar dapat memahami dan menjabarkan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi pada penelitian ini berupa foto-foto yang terkait dengan kegiatan proses bisnis pemasaran yang terjadi.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka sendiri merupakan langkah yang membantu dalam proses penelitian guna memberikan hasil yang kredibel apabila didukung dengan suatu bentuk foto-foto atau karya tulis akademik dan gambaran seni yang sudah ada. Sedangkan menurut Sugiyono (2012) studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dilakukan dengan mempelajari literatur (buku, jurnal, laporan, dll) yang berhubungan dengan topik penelitian yang dibahas (Nugraheni *et al*., 2022).

3.7 Metode Analisis Data

Analisis merupakan suatu proses pemecahan data menjadi komponen-komponen yang lebih kecil berdasarkan elemen dan struktur tertentu. Menurut Miles & Huberman dalam (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023), berpendapat bahwa analisis harus dilakukan selama pengumpulan data sebab peneliti kualitatif banyak yang menghabiskan energi untuk pengumpulan data selama beberapa waktu kemudian meninggalkan lapangan penelitian.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian mencangkup transkip hasil wawancara, reduksi data, dan analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan, berikut ini adalah tahapan analisis data yang dapat digunakan yaitu:

Model analisis *Value Chain* dengan menggunakan konsep Porter (1985) dalam (Suseno *et al*., 2020), *Value chain analysis* adalah proses di mana sebuah perusahaan mengidentifikasi kegiatan utama dan bantuan yang menambah nilai produk, kemudian menganalisisnya untuk mengurangi biaya atau meningkatkan diferensiasi. Rantai nilai terdiri dari dua jenis aktivitas utama, yaitu Aktivitas Utama dan Aktivitas Pendukung.

1. Pemetaan Kebutuhan Data

Kebutuhan data pada UMKM dapat membantu untuk memahami setiap informasi yang dibutuhkan pada setiap tahap dalam proses produksi dan distribusi yang berlangsung. Kebutuhan data juga membantu UMKM untuk mengelola proses secara efisien, memastikan kualitas produk, serta mendukung pengambilan keputusan yan lebih baik.

1) Menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan: biaya bahan baku langsung dan tidak langsung, biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, beban komersial

2) Identifikasi pertanyaan penelitian: rumuskan pertanyaan-pertanyaan yang ingin di jawab
3) Buat daftar semua jenis data yang dibutuhkan guna menjawab pertanyaan penelitian
4) Kelompokkan data berdasar sumber dan maksudnya

2. Pemetaan Aktivitas Utama
   a) Logistik ke Dalam: proses pengadaan bahan baku atau komponen yang dibutuhkan.
      1) Pengadaan bahan baku:
         Bahan utama: Tempe, tepung, bumbu, minyak goreng
         Pengelolaan pemasok bahan baku tempe, tepung, dan minyak.
      2) Penyimpanan bahan baku:
         Menyimpan bahan baku dalam kondisi yang sesuai untuk menjaga kesegaran dan kualitas.
      3) Kualitas bahan baku: meningkatkan kualitas bahan baku tempe adalah langkah yang penting, jika kualitas tempe yang digunakan memiliki kualitas baik maka produk yang dihasilkan juga akan memiliki kualitas baik.
      4) Hubungan dengan pemasok: membangun hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku.
   b) Operasi (Proses Produksi), proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.
      Pada proses operasional meliputi proses produksi mulai dari perendaman bahan baku kedelai, pembuatan adonan, pemotongan sesuai ukuran, penggorengan, hingga pengemasan.
   c) Logistik ke Luar, distribusi produk ke saluran distribusi atau langsung ke pelanggan.
      1) Pengemasan bahan baku, dan pengiriman ke berbagai pasar lokal
      2) Pengembangan sistem distribusi yang lebih efisien dan dapat memperkuat daya saing
   d) Penjualan dan Pemasaran: suatu aktivitas yang menciptakan permintaan dan menarik pelanggan.
      1) Dengan mempertahankan relasi pasar dan mempertahankan *branding* produk pada pelanggan, serta para calon konsumen.
   e) Pelayanan: dimana suatu layanan purna jual untuk menjaga kepuasan pelanggan.
      Dengan meningkatkan layanan edukasi terkait cara penyimpanan agar kualitas produk tetap terjaga.
3. Pemetaan Aktivitas Pendukung
   a) Manajemen Sumber Daya Manusia:
      1) Menyangkut rekrutmen karyawan
      2) Proses pelatihan, dan pengelolaan karyawan.
   b) Infrastruktur:
      1) Proses manajemen umum (pengolahan data keuangan, administrasi)
      2) Perencanaan, dan kontrol.
   c) Pengembangan Teknologi:

1) Inovasi produk dengan mengembangkan varian rasa juga memperbarui kemasan pada produk
2) Mengutamakan peningkatan kualitas, dan pengembangan proses produksi dengan menggunakan alat produksi yang memadai dan menghemat waktu lebih efisien.

d) Pembelian (Pengadaan):
1) Pengelolaan pembelian dan pengadaan sumber daya. Penyiapan bahan baku yang berkualitas dan harga yang kompetitif dari pembelian bahan baku di pasar sangat penting.

4. Analisis Value Chain

UMKM Kripik Tempe ini mengidentifikasi aktivitas utama dalam menciptakan, memasarkan, dan mendistribusikan produknya, serta aktivitas pendukung yang menunjang kelancaran operasional. Potensi peningkatan keunggulan kompetitif dapat dieksplorasi lebih lanjut pada setiap mata rantai ini. Analisis lebih mendalam pada biaya dan nilai di setiap aktivitas ini akan membantu UMKM dalam mengidentifikasi area yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan margin dan daya saing.

5. Tahapan Strategi Meningkatkan Keunggulan Kompetitif
a) Peningkatan Efisiensi Proses Produksi Melalui Teknologi dan Standarisasi
b) Diversifikasi dan Penguatan Saluran Pemasaran (Marketing), guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik pasar, yang dimana UMKM tidak hanya bersaing dalam hal produksi, tetapi juga dalam cara pelaku UMKM berinteraksi dengan dan memahami pelanggan
c) Peningkatan Kualitas dan Varian Produk, untuk menarik daya tarik pasar yang lebih luas lagi
d) Optimalisasi Rantai Pasokan dan Pengelolaan Hubungan dengan Pemasok, untuk meningkatkan kelancaran produksi dan efisiensi biaya

6. Kesimpulan

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan daya saing UMKM, penting untuk mengelola setiap aspek dari proses produksi hingga distribusi dengan baik, melakukan inovasi, serta terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Pengelolaan yang efisien dan pengembangan strategi yang tepat akan membantu UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga semakin berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam hal menentukan strategi yang yang akan memperkuat data penelitian terkait peningkatan keunggulan kompetitif pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000, peneliti mengarah pada tahap operasional yang memaksimalkan proses pemasarannya, dikarenakan sebagai berikut:

1. Adanya efisiensi biaya (penyajian biaya apa saja yang dibutuhkan), dengan pengelolaan lebih baik terkait proses produksi, distribusi, dan penggunaan sumber daya yang dapat meningkatkan margin keuntungan.
2. Peningkatan kualitas, dengan meningkatkan manajemen rantai pasokan mereka, memperbaiki hubungan dengan pemasok, dan memastikan pasokan bahan baku yang lebih stabil hal itu dapat memperkuat reputasi UMKM.
3. Kecepatan responsivitas (adaptif), fleksibel terhadap perubahan permintaan pasar.

4. Inovasi proses, penggunaan teknologi atau alat pembantu, metode kerja, proses produksi dari segi kemasan, rasa, kualitas.
5. Fokus Meningkatkan pengalaman atau kepuasan pelanggan, penawaran atau layanan yang lebih tepat waktu.
6. Skalabilitas, Efisiensi operasional yang lebih baik memungkinkan UMKM untuk berkembang lebih cepat. Ketika proses operasional sudah optimal, UMKM dapat meningkatkan kapasitas produksinya tanpa harus menambah banyak biaya tetap.

Dengan memilih tahap produksi sampai saluran pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, UMKM dapat menciptakan nilai lebih bagi pelanggan, mengurangi biaya, dan memposisikan diri dengan lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.