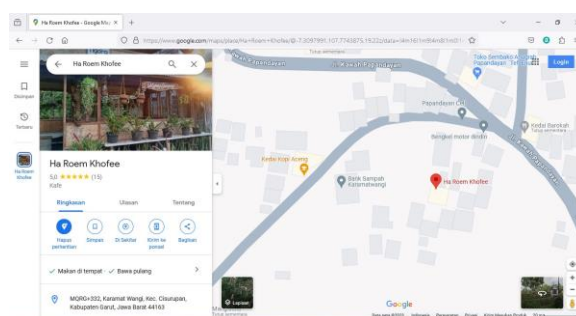


BAB III

OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa perilaku, kegiatan, pendapat pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati. Beberapa persoalan sekiranya perlu kita pahami agar bisa menentukan dan menyusun objek penelitian dalam metode penelitian dengan baik, yaitu berkaitan dengan apa itu objek penelitian dalam penelitian kualitatif, apa saja objek penelitian dalam penelitian kualitatif, dan kriteria apa saja yang layak dijadikan objek penelitian. Dari definisi diatas dapat diambil simpulan bahwa objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda. Adapun objek penelitian yang penulis akan teliti adalah HaRoem Khofee (*Surokim., et al., 2016*).



Gambar 3.1 Peta Lokasi HaRoem Khofee

(Sumber: Google Maps)

Lokasi penelitian adalah lingkungan, tempat, atau wilayah yang direncanakan peneliti dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Tempat merupakan daerah atau wilayah dimana subjek atau objek penelitian yang hendak diteliti. Penelitian ini dilaksanakan di HaRoem Khofee yang bertempat di Jalan TWA Papandayan, No. Km 2, Karamat Wangi, Kecamatan Cisurupan, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

3.1.1 Sejarah Umum HaRoem Khofee

HaRoem Khofee merupakan *brand* dari produk kopi lokal asal Garut, Jawa Barat, yang didirikan pada tahun 2017. Kopi ini merupakan pengembangan dari usaha rumahan penggiat kopi yang bernama Hadiana dan Eroem. Berangkat dari rasa kepedulian terhadap perkebunan dan petani lokal. HaRoem Khofee mengajak masyarakat lingkungan sekitar untuk melestarikan perkebunan kopi, melihat kopi merupakan salah satu tanaman konservasi dan memiliki nilai pasar yang stabil, lewat kopi mereka berhasil untuk mengajak petani menanam kopi juga membantu petani lokal menghasilkan pendapatan secara ekonomis.

3.1.2 Gambaran Umum HaRoem Khofee

HaRoem Khofee adalah salah satu *brand* kopi lokal asal Garut, Jawa Barat dan merupakan pelaku bisnis kopi yang memiliki konsep konservasi, budidaya, edukasi kopi *specialty* dari hulu (petani) sampai hilir (*coffee shop*, pemilik kedai, sampai konsumen kopi). HaRoem Khofee juga dikenal sebagai kopi lokal yang memiliki *brand image* sebagai pelaku bisnis kopi yang *concern* terhadap pelestarian alam melalui konsep kopi keberlanjutan yang diterapkan dalam usahanya. Sederhananya konsep kopi keberlanjutan adalah kopi yang ditanam dengan memperhatikan lingkungan juga mensejahterakan pekerja yang terlibat didalam produksi.



Gambar 3.2 Kedai HaRoem Khofee – Buruan Ngopi

(Sumber: HaRoem Khofee, 2023)

HaRoem Khofee memiliki kedai sebagai display dari produknya dengan tujuan agar masyarakat umum bisa mencicipi kopi HaRoem Khofee secara langsung. Kedai tersebut dinamakan Buruan Ngopi yang didirikan pada tahun 2019. Konsep klasik dan prinsip bisnis yang ramah lingkungan, tercermin pada penggunaan desain maupun *interior* di kedai Buruan Ngopi yang bernuansa kayu. Beberapa furnitur di kedai menggunakan bahan-bahan bekas seperti botol kaca dan bola sepak yang dijadikan pot tanaman, banyak jenis tanaman lain ditanam disekeliling lingkungan Buruan Ngopi menimbulkan kesan seperti di alam, tempat ini cocok untuk dijadikan tempat berkumpul, berdiskusi, atau hanya bersantai.



Gambar 3.3 Produk Kopi HaRoem Khofee

(Sumber: HaRoem Khofee)

Dalam budidaya tanaman kopi HaRoem Khofee memiliki perkebunan dengan luas 5.000 m². Untuk upaya memenuhi beragam selera konsumen HaRoem Khofee memproduksi jenis kopi arabika dan robusta, dengan menawarkan berbagai produk kopi, seperti kopi kemasan yang masih berbentuk biji kopi atau *roastbean*, kopi yang telah di proses menjadi bubuk kopi atau kopi siap saji, juga terdapat kopi yang disajikan langsung di kedai Buruan Ngopi dengan memiliki berbagai tingkat kekentalan kopi, mulai dari *light* (ringan), *medium* (sedang), hingga *strong* (kuat). Hal ini menunjukkan komitmen HaRoem Khofee dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Dengan mengutamakan kualitas bahan baku, kualitas produk, dan layanan penjualan. Harga dari kopi kemasan berbeda-beda sesuai dengan takaran dan kualitas kopinya, takaran 250gram dengan harga berkisar Rp. 65.000-Rp. 150.000, sedangkan harga dari kopi seduhan relatif murah berkisar Rp. 10.000-Rp. 20.000. Selain kopi, HaRoem Khofee juga menyediakan minuman non coffee, seperti minuman coklat, teh manis, teh yang berbahan dasar dari *cascara* atau kulit buah kopi, dan yang lainnya. Produk haRoem Khofee juga berhasil didistribusikan keberbagai gerai kopi lokal, yaitu Cafe Pelagio, Cafe Minutakopi, Keday Kelas Sore *Everyday*, Cafe Lamping Cirerek, Café Dongeng therace, dan rumah makan Saung Kopi Hawwu.



Gambar 3.4 Logo HaRoem Khofee

(Sumber: HaRoem Khofee, 2023)

Logo ini diambil dari kata HaRoem Khofee yang merupakan penggabungan dari nama Hadiana selaku pemilik dan ibunya bernama Eroem. Ditulis dalam huruf Arab, membentuk biji kopi, asap aroma kopi, dan siluet alat pembakaran kopi yang dirancang khusus oleh pemilik serta menjadi ciri khas HaRoem Khofee.

HaRoem Khofee memiliki tiga unsur utama dalam logonya. Unsur pertama dengan bentuk biji kopi memiliki makna yang mewakili produk utama dalam produksinya menggunakan biji kopi lokal yaitu arabika dan robusta dengan tujuan untuk membantu meningkatkan perekonomian para petani lokal. Unsur kedua dengan bentuk asap dari pembakaran biji kopi memiliki makna sebagai harapan aroma kopi melekat dibenak konsumen. Unsur ketiga dengan bentuk alat pembakaran kopi memiliki makna proses pembakaran kopi menggunakan alat yang menjunjung nilai tradisional dan merupakan ciri khas yang dimiliki HaRoem Khofee, bentuk tersebut diharapkan melekat dibenak masyarakat.

3.1.3 Visi dan Misi

1) Visi

HaRoem Khofee memiliki komitmen dalam upaya mempertahankan produksi kopi dengan cara memperkuat konservasi kopi, mengutamakan pelestarian lingkungan, menciptakan kesempatan dari sisi ekonomi untuk para petani, dan memperkuat keamanan

pangan, juga memperhatikan konsep keberlanjutan atau *sustainable*. Dalam Upaya memenuhi permintaan konsumen HaRoem Khofee mengutamakan bahan baku kopi berkualitas, dan mengutamakan layanan penjualan.

2) Misi

1. Mengenalkan karakter ‘ramah lingkungan’.
2. Menerapkan konsep tradisional dalam proses produksi.
3. Membudidayakan Perkebunan kopi yang ramah lingkungan.
4. Mempertahankan produk kopi arabika dan kopi robusta pilihan.
5. Melakukan edukasi kopi specialty.
6. Berperan aktif memberdayakan petani kopi. (*Hasil Pra penelitian: Data HaRoem Khofee*)

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan fakta-fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat.

3.2.1 Pradigma Penelitian

Secara umum paradigma dikatakan sebagai sudut pandang seseorang terhadap fenomena atau realitas yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Walaupun demikian, sebagian orang menafsirkan paradigma dalam asumsi seperangkat kepercayaan atau keyakinan seseorang dalam melakukan tindakan (Irwan, 2018).

Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang memandang ilmu sosial dengan analisis sistematis terhadap pengertian aksi sosial. Paradigma konstruktivisme yang digunakan pada penelitian ini dilandasi oleh cara peneliti mengungkap realitas yang di alami oleh HaRoem Khofee. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkap realitas dengan menganalisis strategi komunikasi pemasaran kopi keberlanjutan pada HaRoem Khofee.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan agar peneliti mampu memahami hal apa saja yang dilakukan oleh subjek saat melakukan penelitian. Metode penelitian kualitatif yang digunakan pada penelitian sengaja dipilih karena dalam penelitian ini membutuhkan informasi yang sifatnya mendalam dan subjek. Disamping hal tersebut, metode penelitian kualitatif dirasa fleksibel dan mampu menyesuaikan keadaan subjek selama proses penelitian berlangsung.

Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan (Barlian, 2016).

3.2.3 Penentuan Informan dan Narasumber

Penentuan informan dan narasumber dilakuakn dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu (Ariyani, 2013).

1) Penentuan Informan

Peneliti menetapkan informan sebanyak tiga orang informan, dengan beberapa kriteria yang sudah ditentukan berfungsi agar peneliti mendapatkan jawaban yang tepat, bervariasi, dan menarik dari setiap informan yang diwawancarai.

Penentuan informan dilakukan dengan menerapkan kriteria berikut:

1. Informan merupakan pekerja HaRoem Khofee.
2. Informan terlibat dalam kegiatan strategi pemasaran kopi keberlanjutan HaRoem Khofee baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Informan telah bekerja di HaRoem Khofee lebih dari dua tahun.
4. Informan bersedia diwawancarai baik secara daring maupun luring.

Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang terdiri dari sebagai berikut:

Tabel 3.1 Daftar Kriteria Informan

No	Nama Informan	Keterangan	Masa Kerja
1	Dede Hadiana	Pemilik HaRoem Khofee	7 Tahun
2	Atih Rohaeni	Digital Marketing HaRoem Khofee	7 Tahun
3	Awan	Penanggung jawab Petani Kopi	7 Tahun

(Sumber: Kategorisasi Peneliti, 2024)

2) Penentuan Narasumber

Narasumber ialah seseorang yang sangat mengetahui perihal informan atau objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Untuk penentuan narasumber dilakukan dengan menerapkan kriteria berikut:

1. Narasumber merupakan seseorang yang memahami konsep strategi pemasaran dengan baik.
2. Narasumber merupakan praktisi dan akademisi.
3. Narasumber berkaitan dengan topik kopi keberlanjutan.
4. Narasumber bersedia diwawancarai baik secara daring maupun luring.
5. Bersedia memberikan informasi secara lengkap dan rinci sesuai dengan materi serta pertanyaan wawancara yang dibutuhkan dalam pengumpulan informasi.

Tabel 3.2 Daftar Narasumber

No	Nama Narasumber	Keterangan
1	Achmad Wildan Kurniawan, S.Sos., M.M.	Bidang Akademisi Komunikasi (Wakil Dekan I Bidang Akademik)
2	Riswan Fitriyandi, S.TI.	Bidang Praktisi (Sekertaris di <i>Garut Coffee Community</i>)

(Sumber: Kategorisasi Peneliti, 2024)

Tabel 3.3 Oprasional Parameter

Teori yang digunakan	Dimensi	Indikator	Pengembangan pertanyaan wawancara	Sumber data
Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (Kotler & Keller, 2016)	1. Perencanaan	1) Identifikasi khalayak	Bagaimana mengidentifikasi khalayak sasaran (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)?	Informan, Narasumber.
		2) Tujuan komunikasi	Bagaimana menentukan tujuan komunikasi?	
		3) Pesan	Bagaimana proses merancang pesan?	
		4) Saluran komunikasi	Bagaimana memilih saluran komunikasi?	
		5) Bauran komunikasi	Apa bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan?	
	2. Pelaksanaan	Periklanan, promosi penjualan, <i>Public Relations</i> , penjualan personal, pemasaran langsung, online marketing	Bagaimana penerapan masing-masing indikator bauran komunikasi pemasaran (periklanan, promosi penjualan, <i>Public Relations</i> , penjualan personal, pemasaran langsung, <i>online marketing</i>) pada strategi pemasaran kopi keberlanjutan yang diterapkan oleh HaRoem Khofee?	
	3. Evaluasi (Analisis SWOT)	1) Kekuatan	Apa kekuatan dari komunikasi pemasaran kopi keberlanjutan yang diterapkan oleh HaRoem Khofee?	
		2) Kelemahan	Apa faktor kelemahan dari komunikasi pemasaran kopi keberlanjutan yang diterapkan oleh HaRoem Khofee?	
		3) Peluang	Apa peluang dari komunikasi pemasaran kopi keberlanjutan yang diterapkan oleh HaRoem Khofee?	
		4) Ancaman	Apa ancaman dari komunikasi pemasaran kopi keberlanjutan yang diterapkan oleh HaRoem Khofee?	

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini, diperlukan teknik pengumpulan data. Prosedur dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara 1). Observasi, 2). Wawancara 3). Studi dokumentasi.

1) Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui dari responden yang lebih dalam (*Sinaga, 2023*).

2) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra; jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata saja. Mendengarkan, mencium, mengecap meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan (*Sinaga, 2023*).

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, penghimpunan, dan penyediaan dokumen untuk memperoleh penerangan pengetahuan, keterangan, serta bukti dan juga menyebarkannya kepada pihak berkepentingan. Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Selain itu pengertian dokumentasi merupakan upaya mencatat dan mengategorikan suatu

informasi dalam bentuk tulisan, foto atau gambar dan video. Untuk menampung informasi tersebut dibutuhkan suatu tempat atau lokasi yang dapat menyimpan dokumen tersebut (Hasan, 2022).

3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk penelitian ini disusun dengan mengadopsi teknik analisis data kualitatif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, ada tiga proses tahapan dalam analisa data:

1. Data reduksi (*reduction data*), adalah untuk suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang menyusun dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan.
2. Model data (*display data*), adalah definisi model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolchkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan atau verifikasi kesimpulan (*conclution drawing or verfication*), adalah suatu proses dimulai dari pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keturunan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposi.

3.2.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam teknik pemeriksaan keabsahan data adalah teknik triangulasi. Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sinaga, 2023). Teknik triangulasi yang palingbanyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lain. Teknik Triangulasi dapat di lakukan secara:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang di komentari orang-orang tentang situasi penelitian yang dikatakan sepanjang waktu.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan, mengajukan berbagai variasi pertanyaan.
4. Mengeceknnya dengan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan dapat dilakukan.
5. Perpanjangan keikutsertaan. Menurut Moleong (2005:238) dalam penelitian kualitatif, keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Teknik ini memungkinkan peningkatan kepercayaan pada data yang akan di kumpulkan dan dapat menguji ketidak benaran informasi oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari informan dan juga untuk membangun kepercayaan subjek. Perpanjangankeikutsertaan juga menuntut peneliti terjun langsung kelokasi danwaktu yangcukup panjang berguna untuk mendeteksi dan memperhitunhkan distorsi yang mungkin dapat mengotori data. Selain itu perpanjangan data juga dimkasudkan untuk membangun para subjek peneliti dan juga kepercayaandiri penelitian sendiri.

3.2.6 Tempat dan Jadwal Penelitian

1) Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah lingkungan, tempat, atau wilayah yang direncanakan peneliti dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, dimana subjek atau objek penelitian yang hendak diteliti. Penelitian ini dilaksanakan di HaRoem Khofee bertempat di Jalan TWA Papandayan, No. Km 2, Karamat Wangi, Kecamatan Cisurupan, Kabupaten Garut, Jawa Barat.

2) Jadwal Penelitian

Tabel berikut memberikan informasi terkait jadwal penelitian. Jadwal kegiatan yang direncanakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Perencanaan Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2023/2024							
		Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pra Penelitian								
2	Penyusunan Usulan Penelitian								
3	Bimbingan Usulan Penelitian								
4	Seminar Usulan Penelitian								
5	Perbaikan Usulan Penelitian								
6	Penyusunan Tugas Akhir								
7	Bimbingan Tugas Akhir								
8	Sidang Tugas Akhir								
9	Perbaikan Tugas Akhir								