

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka simpulan yang dapat diambil mengenai Analisis *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura menunjukkan bahwa *positioning* produk yang dilakukan sudah berhasil. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil Uji t dan Analisis Frekuensi.

Pada tabel 4.80 Hasil Uji t One-Sample Test menunjukkan nilai t sebesar -592,188. t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) $n-1$ atau $200 - 1 = 199$ dan hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar -1.97196. seperti yang dijelaskan pada kriteria pengujian bahwa Jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}}$ maka H_0 diterima atau Jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak. Karena $t_{\text{tabel}} (\alpha) = -1.97196$ dan $t_{\text{hitung}} = -592,188$ yang berarti $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$, maka pernyataan H_0 bahwa Analisis *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura adalah Tidak Tinggi tersebut ditolak.

Dengan ditolaknya H_0 , maka Analisis *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura dinyatakan tinggi, sesuai pernyataan pada H_a yakni *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura adalah tinggi. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil rekapitulasi Variabel *Positioning* berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh konsumen pada hasil Analisis Frekuensi, yaitu rata-rata skor

seluruh indikator sebesar 792,7. Skor ini berada pada skala 680 – 840 yang menunjukkan setuju. Maka *Positioning* Produk Bebek Sinjay di Ketengan, Bangkalan, Madura adalah tinggi dengan nilai 792,7.

Indikator-indikator *Positioning* pada Produk Bebek Sinjay berdasarkan nilai skor yang sudah dilihat dari hasil rekapitulasi yang berada pada skala 840 – 1000 yakni Sangat Setuju di antaranya adalah :

1. Produk Populer dengan skor 885
2. Mengaitkan Produk dengan Kepribadian atau Tipe Pelanggan dengan skor 873
3. Program Makanan di TV dengan skor 872
4. Derajat kepentingan dengan skor 867
5. Kategori Daging dengan skor 846
6. Dapat dikomunikasikan dengan skor 847
7. Kategori Sambal dengan skor 841

Kemudian untuk indikator-indikator *Positioning* pada Produk Bebek Sinjay berdasarkan nilai skor yang sudah dilihat dari hasil rekapitulasi yang paling dominan atau berada pada skala 680 – 840 yakni Setuju di antaranya adalah :

1. Keunikan dengan skor 833
2. Superioritas dengan skor 774
3. Preemptive dengan skor 825
4. Terjangkau dengan skor 725
5. Kemampulabaan dengan skor 774

6. Keunggulan dengan skor 806
7. Hidangan Alternatif dengan skor 723
8. Memberikan Hidangan yang Mudah dengan skor 826
9. Mengaitkan Produk dengan Rasa yang Khas dengan skor 824
10. Persepsi Konsumen Tentang Produk Sejenis dengan skor 799
11. Kesesuaian Harga dengan Produk yang ditawarkan dengan skor 706
12. Kategori Bumbu dengan skor 787
13. Standar Harga Terhadap Kualitas dan Rasa Makanan dengan skor 809
14. Standar Penyajian Daging dengan skor 812
15. Memiliki Produk Lain yang Menarik dengan skor 701
16. Proses Pembuatan dengan skor 772
17. Kualitas Daging dengan skor 822
18. Kualitas Bumbu dengan skor 802
19. Kunjungan Orang Penting dengan skor 822
20. Pengolahan Limbah dengan skor 681
21. Cita Rasa Indonesia dengan skor 822

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa Produk Bebek Sinjay telah melakukan *Positioning* dengan baik kepada konsumennya. Seperti pada Produk Populer, warung Bebek Sinjay yang tadinya hanya berada di Madura kini mulai membuka cabang di Surabaya dan Malang. Bahkan pernah masuk ke acara Wisata Kuliner Trans TV, bahkan orang-orang oenting seperti Mahfud MD, Surya Paloh dan lain-lain pun pernah menjadi konsumen Bebek Sinjay.

Mengaitkan Produk dengan Kepribadian atau Tipe Pelanggan yakni bagaimana warung Bebek Sinjay mentargetkan produknya pada pecinta kuliner Bebek dan Kuliner Pedas. Bagaimana Zainal memilih nama, nama warung Bebek Sinjay berasal dari Sinar Jaya, toko mebel yang juga dimiliki oleh Zainal dan Keluarga. Kemudian disingkat Sinjay untuk digunakan pada usaha makanan yang dijalankan. Nama yang tidak sulit untuk diucapkan.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisa yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi usaha Produk Bebek Sinjay.

Untuk *Positioning* produk indikator-indikator yang bernilai di atas rata-rata yaitu Produk Populer, Mengaitkan Produk dengan Kepribadian atau Tipe Pelanggan, Program Makanan di TV, Dapat dikomunikasikan, Derajat kepentingan, Kategori Daging, dan Kategori Sambal agar dipertahankan. Seperti menjaga rasa agar tetap sama dan enak, membuat promo melalui media sosial untuk mempermudah interaksi dengan kosumen hingga ke luar pulau.

Untuk yang mempunyai skor di bawah rata-rata agar lebih ditingkatkan lagi di antaranya Proses Pelayanan dengan skor 670 dan Penyediaan Tempat Sampah dengan skor 635. Kedua indikator ini berada pada skala 520 – 680 yakni cukup setuju.

Peningkatannya dapat berupa perubahan cara melayani konsumen, seperti tersenyum, bertutur kata dengan lebih ramah, mengatasi antrian panjang dengan merubah sistem pemesanan dengan mengatasi antrian dengan menyediakan loket antrian lebih dengan penanganan yang cepat. Penambahan tempat sampah di beberapa tempat, untuk menjaga kebersihan tempat.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kelemahan dan keterbatasan pengetahuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Apabila ada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat Analisis Positioning disarankan untuk memperhatikan variabel atau teori yang akan dipakai. Apakah sesuai dengan topik atau penelitian yang ingin diambil. Kemudian bahas lebih dalam lagi mengenai kondisi pesaing, persepsi perusahaan, dan persepsi konsumen. Dan perlu memperhatikan lagi alat analisis yang akan dipakai.