

ANALISIS *POSITIONING* PRODUK NASI KULIT SYUURGA PADA PT SYURGA BERKAH INDONESIA

Pinkan Dellina Irawati Budi Wijaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *positioning* produk Nasi Kulit Syuurga pada PT Syurga Berkah Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* (FnB) dan sebagai pelopor nasi kulit di Indonesia. Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT Syurga Berkah Indonesia. Dalam metode penelitian yang digunakan penulis dalam pengambilan responden adalah dengan metode *solin* untuk pengambilan sampel dan hasil wawancara yang dari lini manajemen atas PT Syurga Berkah Indonesia yakni *chief executive office*, *chief operation office*, dan sepuluh konsumen Nasi Kulit Syuurga dan pesaing yakni Nasi Kulit Dewa. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari Instagram @nasikulitsyurga dan @nasikulitdewa, *website*, dan beberapa situs resmi mengenai Nasi Kulit Syuurga dan Nasi Kulit Dewa. Analisis dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Hasil analisis dilakukan dengan keunggulan *positioning* yang terdiri dari *clarity*, *consistency*, *credibility* dan *competitiveness*. Hasil wawancara kepada manajemen perusahaan PT Syurga Berkah Indonesia menunjukkan bahwa tujuan strategi *positioning* adalah menanamkan moril budaya di benak konsumen yang tertuang dalam *tagline* “Saatnya Kita Mengingat Lagi Nikmatnya Makanan Tradisional Indonesia” dan hasil wawancara kepada 38 (tiga puluh delapan) pengunjung menunjukkan bahwa seluruh narasumber menyatakan makanan Nasi Kulit Syuurga merupakan makanan tradisional yang lebih tepat dalam menjunjung cita rasa nusantara Indonesia dan mengingatkan akan rasa makanan khas daerah Indonesia dibandingkan Nasi Kulit Dewa yang mana fokus *positioning* masih sangat luas lingkupannya. Sehingga, *positioning* produk yang dilakukan PT Syurga Berkah Indonesia menunjukkan kejelasan, kredibel, konsisten dan kompetitif.

Kata Kunci: *Positioning Produk, Keunggulan Positioning, dan Nasi Kulit Syuurga.*

K^{18/3} 21

POSITIONING ANALYSIS OF NASI KULIT SYUURGA PRODUCTS ON PT SYURGA BERKAH INDONESIA

Pinkan Dellina Irawati Budi Wijaya

Abstract

This study aims to analyze the positioning of Nasi Kulit Syuurga products at PT Syurga Berkah Indonesia. This company is a company engaged in Food and Beverage (FnB) and as a pioneer of nasi kulit in Indonesia. This research was conducted at the head office of PT Syurga Berkah Indonesia. In the research method used by the author in taking respondents is by Solvin method for sampling and interview results from the top management line of PT Syurga Berkah Indonesia is the chief executive officer, chief operation officer, and ten consumers Nasi Kulit Syuurga and competitors namely Nasi Kulit Dewa. Primary data collection is done by interview method and secondary data obtained from Instagram @nasikulitsyurga and @nasikulitdewa, website, and some official sites regarding Nasi Kulit Syuurga and Nasi Kulit Dewa. The analysis in this study used interviews and observations. The results of the analysis were carried out with the advantages of positioning consisting of clarity, consistency, credibility and competitiveness. The results of the interview to the top line management of PT Syurga Berkah Indonesia shows that the purpose of positioning strategy is to instill cultural morals in the minds of consumers contained in the tagline “Saatnya Kita Mengingat Lagi Nikmatnya Makanan Tradisional Indonesia” and the results of interviews to 38 (thirty eight) visitors showed that all sources stated that Nasi Kulit Syuurga is a traditional food that is more appropriate in upholding the taste of the Indonesian archipelago and reminding of the taste of Indonesian food rather than Nasi Kulit Dewa which is the focus of positioning is still very broad scope. So, positioning products carried out by PT Syurga Berkah Indonesia shows clarity, credibility, consistency and competitiveness.

Kata Kunci: *Product Positioning, Positioning Advantage, dan Nasi Kulit Syuurga.*