



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Setelah melakukan penelitian mengenai Hubungan penentuan *positioning* dan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing produk sepeda motor Honda Scoopy di Jakarta pada periode Februari 2013 sampai April 2013, maka dapat disimpulkan :

1. Faktor pembeda yang menjadi keunikan dari produk sepeda motor Honda Scoopy adalah tampilan sepeda motor dengan fesyen retro.
2. Bahwa *positioning* yang dimiliki oleh Honda Scoopy merupakan sepeda motor yang berkesan dinamis dengan fesyen dan *style* yang digandrungi oleh anak muda atau yang berjiwa muda.
3. Penentuan *positioning* memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.
4. Strategi diferensiasi memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti ingin memberikan saran-saran sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi yang membaca dan menjadi masukan bagi PT. AHM selaku produsen sepeda motor Honda di Indonesia dalam hal meningkatkan keunggulan bersaing untuk produk sepeda motornya dimasa yang akan datang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Ternyata penentuan *positioning* dalam dalam hal menciptakan produk sepeda motor itu cukup penting, tidak hanya menciptakan mesin dan rangka dengan teknologi tinggi namun juga memposisikan produk sepeda motor di fikiran dan di benak konsumen juga perlu lebih diperhatikan.
2. Menciptakan produk yang berbeda dari biasanya atau berbeda dari para pesaing, terbukti memberikan kontribusi yang positif dari hal penjualan, dan itu dibuktikan dalam produk Scoopy, dimana seluruh pesaing pada saat itu membuat sepeda motor baru dengan semodern dan se-*sporty* mungkin, namun tidak untuk Scoopy yang mengusung tema fesyen retro yang jauh dari kesan modern dan *sporty*.
3. Ciptakanlah kategori atau kapasitas mesin baru untuk mengisi kelas yang masih kosong dari peta persaingan sepeda motor di Indonesia, seperti kelas *sport* 300cc – 500cc. Dimana pemain pertama atau pelopor akan memiliki keunggulan bersaing 1 langkah lebih maju untuk para pesaing yang *follower*.
4. Perkuat lagi *image* atau citra sepeda motor Honda itu diciptakan untuk performa yang hebat, dinamis, dan berkesan berjiwa muda.
5. dan yang terakhir tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial juga perlu lebih diperhatikan, seperti perbaikan infrastruktur, penghijauan, dan bantuan sosial lainnya yang dinaungi oleh Honda.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.