

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dan Uji t mengenai pengaruh persaingan dan lokasi terhadap volume penjualan pada makanan khas kota Bandung yang berada di sentra makanan khas kota Bandung, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Persaingan pada pedagang makanan khas kota Bandung yang berada di sentra makanan khas kota Bandung berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Artinya semakin tinggi tingkat persaingan semakin tinggi volume penjualan.
- b. Lokasi pedagang makanan khas kota Bandung berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Artinya semakin strategis lokasi para pedagang maka akan meningkatkan volume penjualan para pedagang.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada pedagang makanan khas kota Bandung yang berada di sentra makanan khas kota Bandung maka saran terhadap pedagang makanan khas kota Bandung yang berada adalah:

- a. Dalam melakukan persaingan seharusnya para pedagang makanan khas kota Bandung melakukan persaingan dengan menggunakan keunggulan-keunggulan dalam bersaing guna memenangkan persaingan dengan pesaing. Keunggulan bersaing tersebut dapat dilakukan dengan cara

mendiferensiasikan produk yang mereka jual dengan produk yang dijual pesaing. Mendiferensiasikan produk tersebut dapat digunakan dengan merubah tampilan produk yang diproduksi sendiri seperti gorengan tempe, gorengan oncom dan gorengan pisang dengan merubah kemasan produk agar terlihat lebih menarik dan dapat meningkatkan nilai jual produk sehingga produk tersebut terlihat lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Selain itu juga sebaiknya para pedagang dapat membuat sedikitnya anggaran untuk biaya promosi produk karena dengan adanya promosi maka akan meningkatkan volume penjualan produk. Dan harga yang murah juga dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan para pedagang makanan khas kota Bandung.

- b. Dan walaupun lokasi para pedagang sudah tergolong strategis namun sebaiknya lokasi berdagangnya berada di depan dekat dengan konsumen, dan lokasi berjualan tidak menjorok ke dalam agar konsumen mudah menjangkau lokasi tersebut. Karena lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan.
- c. Sebaiknya para pedagang makanan khas kota Bandung yang berada di Leuwi panjang, Cihampelas, Cicaheum, Pasteur, Pasar baru dan Kebon kelapa sebisa mungkin untuk lebih memperhatikan mengenai keunggulan-keunggulan dalam persaingan seperti diferensiasi baik diferensiasi produk, pelayanan purna jual dll, kemudian keunggulan melalui pemimpin dalam hal biaya maksudnya dengan biaya yang rendah dari para pesaing maka harga jual produk akan rendah sehingga konsumen akan membeli produk yang kita jual, selain itu

juga keunggulan-keunggulan persaingan yang harus diperhatikan yaitu melalui tanggapan yang cepat dibandingkan pesaing seperti adanya pengembangan produk, promosi dan inovasi. Selain itu juga para pedagang harus memperhatikan lokasi yang strategis karena lokasi yang strategis penting bagi kelangsungan hidup perusahaan pedagang makanan khas kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut maka variabel persaingan dan lokasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan volume penjualan dan merupakan faktor keberhasilan dalam membangun suatu usaha kerja.

