

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan-temuan investigasi yang dilakukan oleh para ahli, kesimpulan berikut ini berasal dari rumusan masalah saat ini:

1. Strategi yang berkaitan dengan produk, harga, lokasi (distribusi), promosi, dan pelayanan menjadi fokus penelitian. Komponen penempatan dari bauran pemasaran juga harus mempertimbangkan variabel-variabel yang berdampak pada pilihan lokasi bisnis dalam kaitannya dengan sifat perusahaan (misalnya, harus sesuai dengan kebutuhan pelanggan, tingkat kenyamanan konsumen, dan ekosistem lingkungan bisnis).
2. Salah satu bentuk persaingan antarpedagang bakso di Kecamatan Baruga adalah penetapan harga di bawah harga pasar sebagai upaya untuk menarik banyak pelanggan. Hal ini disebabkan oleh tingginya konsentrasi pedagang bakso di kecamatan ini, yaitu sekitar 30 pedagang bakso yang berada dalam radius 50-200 meter di sepanjang jalan di daerah Baruga. Persaingan di antara para pedagang ini tidak hanya mempengaruhi profitabilitas, tetapi juga akuisisi pelanggan atau pembeli. Meskipun perdagangan diizinkan untuk menetapkan harga tanpa batasan, namun tetap diwajibkan untuk melakukannya pada tingkat yang optimal. Hal ini mensyaratkan bahwa harga harus kompetitif atau mampu bersaing,

dan tidak boleh bersifat menindas, karena akan membebani pesaing dan konsumen.

## 5.2. Saran

1. Dalam menentukan strategi pemasaran dan cara bersaing yang sesuai dengan prinsip-prinsip persaingan bisnis Islam, para pedagang mempertimbangkan hal tersebut. dan mampu meningkatkan kreativitas yang menghasilkan inovasi agar dapat mempertahankan pertumbuhan produknya dan menarik pelanggan.
2. Diharapkan para peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menyelidiki faktor-faktor penentu lain dari strategi bisnis dan persaingan. Karena para peneliti dalam penelitian ini mengakui bahwa masih ada banyak kekurangan yang memerlukan penambahan atau peningkatan untuk mencapai standar yang lebih tinggi.

