

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan lokasi strategis terhadap tingkat penjualan produk halal pada Ayamku Chicken di Kabupaten Kuningan dalam perspektif ekonomi syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Tingkat Penjualan

Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat penjualan produk halal Ayamku Chicken di Kabupaten Kuningan (t -hitung = 2,395; sig. 0,019 < 0,05; koefisien 0,221). Penetapan harga Ayamku Chicken pada kisaran Rp8.500–Rp9.000 yang stabil dan terjangkau mendorong minat beli konsumen dari berbagai kalangan. Sebab harga yang stabil dan terjangkau mengurangi hambatan psikologis konsumen dalam memutuskan pembelian, akibat konsumen lebih sering melakukan pembelian berulang (*repeat purchase*), sehingga volume penjualan meningkat secara konsisten. Sebaliknya, apabila harga dinaikkan tanpa diimbangi peningkatan nilai produk yang dirasakan konsumen, maka konsumen cenderung beralih ke pesaing dengan harga lebih murah, yang akan berdampak langsung pada penurunan penjualan. Dalam perspektif ekonomi syariah, penetapan harga yang adil (*al-‘adl*) dan tidak mengandung unsur penipuan (*gharar*) mencerminkan prinsip kejujuran (*as-sidq*), sehingga membawa keberkahan (*barakah*) bagi kelangsungan usaha.

2. Pengaruh Lokasi Strategis terhadap Tingkat Penjualan

Lokasi strategis berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat penjualan produk halal Ayamku Chicken (t -hitung = 6,131; sig. 0,000 < 0,05; koefisien 0,641). Koefisien lokasi yang lebih besar dari koefisien harga (0,641 > 0,221) menunjukkan bahwa lokasi strategis merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat penjualan. Sebab penempatan enam cabang Ayamku Chicken di dekat kawasan pendidikan, pemukiman, dan pusat aktivitas masyarakat yakni

Pramuka 1, Pramuka 2, Bandorasa, Panorama, Bojong, dan Winduhaji memberikan kemudahan akses yang tinggi bagi konsumen, akibat konsumen dapat menjangkau outlet tanpa hambatan jarak yang berarti, sehingga frekuensi kunjungan meningkat dan penjualan tumbuh secara signifikan. Dominasi variabel lokasi atas harga mengindikasikan bahwa dalam pasar kuliner Kabupaten Kuningan, konsumen lebih mengutamakan kemudahan akses daripada selisih harga, sehingga penambahan atau relokasi cabang ke area dengan lalu lintas konsumen yang tinggi akan berdampak lebih besar terhadap peningkatan penjualan dibandingkan sekadar menurunkan harga. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemilihan lokasi yang memberi kemudahan dan manfaat mencerminkan prinsip kemaslahatan (*maslahah*) dan keseimbangan (*tawazun*).

3. Pengaruh Simultan Harga dan Lokasi Strategis terhadap Tingkat Penjualan

Harga dan lokasi strategis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk halal Ayamku Chicken ($F\text{-hitung} = 85,666$; $\text{sig. } 0,000 < 0,05$; $R^2 = 0,648$). Kedua variabel bersama-sama mampu menjelaskan 64,8% variasi tingkat penjualan, sedangkan 35,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi. Sebab kombinasi harga yang kompetitif dan lokasi yang mudah dijangkau menciptakan nilai keseluruhan (*overall value*) yang dirasakan konsumen secara optimal, akibat konsumen merasa mendapatkan produk halal yang sepadan dengan harga yang dibayarkan di lokasi yang mudah diakses, sehingga loyalitas dan frekuensi kunjungan meningkat yang berujung pada pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tunggal tidak cukup, pelaku usaha perlu memastikan kedua aspek bekerja secara bersamaan, sebab apabila harga naik namun lokasi semakin strategis

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Ayamku *Chicken*

- a. Mengingat lokasi strategis terbukti menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi tingkat penjualan, manajemen disarankan untuk terus memperhatikan dan meningkatkan aksesibilitas setiap cabang. Berdasarkan temuan penelitian, fasilitas parkir pada beberapa cabang masih menjadi kelemahan yang dikeluhkan konsumen. Oleh karena itu, manajemen perlu memprioritaskan penyediaan area parkir yang memadai, aman, dan nyaman untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Stabilitas harga yang telah diterapkan pada kisaran Rp8.500 hingga Rp9.000 hendaknya tetap dipertahankan karena dinilai positif oleh konsumen. Namun, manajemen juga perlu mempertimbangkan program-program promosi harga seperti paket bundling atau diskon pembelian dalam jumlah tertentu untuk mendorong peningkatan frekuensi pembelian ulang konsumen.
- c. Mengingat masih terdapat 35,2% faktor di luar harga dan lokasi yang memengaruhi penjualan, manajemen disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan kegiatan promosi sebagai strategi pendukung agar penjualan semakin meningkat secara berkelanjutan.
- d. Dalam perspektif ekonomi syariah, manajemen hendaknya konsisten menerapkan prinsip kejujuran (*as-sidq*), keadilan (*al-'adl*), dan kemaslahatan (*maslahah*) dalam setiap aspek operasional bisnis, termasuk dalam penetapan harga, pemilihan lokasi, dan standar kehalalan produk, agar usaha senantiasa mendapat keberkahan (*barakah*).

2. Bagi Pelaku Usaha Kuliner Halal Lainnya

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi strategis memiliki pengaruh yang lebih besar daripada harga terhadap tingkat penjualan. Oleh karena itu, para pelaku usaha kuliner halal

disarankan untuk mempertimbangkan secara matang pemilihan lokasi usaha yang mudah dijangkau.

- b. Penetapan harga yang terjangkau, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah hendaknya menjadi komitmen bagi setiap pelaku usaha kuliner halal, agar kepercayaan konsumen tetap terjaga dan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.
3. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan
 - a. Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan disarankan untuk mendukung perkembangan UMKM kuliner halal melalui penyediaan kawasan kuliner strategis yang memiliki infrastruktur memadai, aksesibilitas baik, dan fasilitas parkir yang cukup, sehingga para pelaku UMKM dapat memilih lokasi usaha yang tepat dengan biaya yang terjangkau.
 - b. Pemerintah juga disarankan untuk memberikan pembinaan dan pelatihan kepada pelaku UMKM halal terkait strategi penetapan harga yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, sehingga ekosistem bisnis halal di Kabupaten Kuningan dapat tumbuh secara sehat dan berdaya saing.
 4. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini hanya menjelaskan 64,8% variasi tingkat penjualan melalui variabel harga dan lokasi strategis. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi tingkat penjualan, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, brand image, atau loyalitas konsumen, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.
 - b. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian, tidak hanya pada satu merek kuliner, tetapi membandingkan beberapa usaha kuliner halal di Kabupaten Kuningan atau daerah lain, sehingga hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi.

- c. Pendekatan kualitatif atau mixed methods dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam persepsi konsumen terhadap harga dan lokasi dalam perspektif ekonomi syariah, sehingga memberikan kontribusi yang lebih kaya bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah.

