

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data.

1. Deskripsi Data

Berdasarkan hasil wawancara langsung yang penulis lakukan kepada para responden tentang penerapan penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah dari segi kelayakan bisnis, maka diperoleh 7 (tujuh) kasus yang diuraikan sebagai berikut:

a. Deskripsi Kasus I.

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: A. Wardi, umur: 42 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMP, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. Pahlawan, Gg. Inpress, RT. 23, Kel. Seberang Mesjid, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: Yulia, Umur: 32 tahun, agama: Islam, pendidikan: S.1, pekerjaan: PNS, alamat: Jl. Sutoyo S, Komp. Es Terang, RT. 15, Kel. Teluk Dalam, Kec. Banjarmasin Tengah.

Nama: Udin, Umur: 41 tahun, agama: Islam, pendidikan SD, pekerjaan: serabutan, alamat: Jl. Sutoyo S, Gang Nuri, RT.13, Kel. Teluk Dalam, Kec. Banjarmasin Tengah

2) Uraian Data.

Pada kasus pertama ini, A. Wardi merupakan seorang penjual jagung bakar di wilayah jalan D. I. Panjaitan yang mengambil tempat di depan Kantor Badan Pertanahan Provinsi Kalsel, lokasi perkantoran yang ditempati oleh A. Wardi ini merupakan strategi yang digunakannya dengan pertimbangan ketika pulang dari kantor, para pegawai kantor tersebut membeli jagung bakar yang dijualnya untuk keluarga di rumah. A. Wardi berjualan semenjak tahun 2006. Saat ini bisnis penjualan jagung bakar yang dilakukannya biasanya dilakukan pada sore dan malam hari dari jam 17.00 sore sampai 24.00 malam.

Berdasarkan hasil penelitian, dari segi produk A. Wardi menyajikan berbagai rasa jenis jagung bakar, yaitu rasa manis, rasa asin, rasa pedas, atau manis-asin dan pedas. Selain itu ia juga menyediakan sajian pelengkap jagung bakar juga diolahnya dengan tambahan taburan keju dan coklat. Dan juga menyediakan roti cane. Adapun minuman yang disediakanya adalah minuman dingin.

Untuk menunjang kelayakan penjualan jagung bakar dari aspek pasar dan pemasaran, para pedagang jagung bakar melakukan strategi produk dengan membuat faktor variasi jenis rasa jagung bakar tersebut, menurut A. Wardi dengan adanya variasi jenis yang dilakukannya agar konsumen (pembeli) dapat memilih rasa jagung yang disukainya, sehingga terpenuhi keinginan para konsumen. Selain itu juga dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap rasa makanan yang di sajikan dan kesesuaian jagung bakar yang dijualnya dengan harganya.

Adapun yang menjadi kendala dalam penjualan jagung bakar tersebut menurut A. Wardi adalah dari segi ketersediaan bahan utamanya, yaitu buah jagung. Sebab terkadang buah jagung kosong atau persediaannya menipis karena tidak ada buah yang muda atau petaninya belum panen. Akibatnya ia tidak bisa berjualan.

Bagi pembeli jagung bakar A. Wardi, yaitu Yulia dan Udin ternyata penyajian jagung bakar yang berbagai rasa itu adalah hal yang sudah seharusnya dilakukan, sebab kadang mereka membeli 2 atau 3 biji jagung bakar, tentunya dengan rasa yang bervariasi pula. Dalam usaha jagung bakarnya tersebut A. Wardi melakukan strategi harga, dengan harganya yang terjangkau yaitu Rp. 8.000,- untuk sebiji jagung bakar sesuai rasa yang dikehendaki dan Rp. 10.000,- per biji apabila ditambah dengan taburan keju atau coklat.¹ Hal ini juga untuk menarik konsumen agar tertarik untuk membelinya. Dengan harga yang terjangkau tersebut diharapkan jumlah pelanggannya meningkat.

b. Deskripsi Data II

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: Mahmud, umur: 51 tahun, agama: Islam, pendidikan: SD, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. Pahlawan, Gg. Inpress, RT. 23, Kel. Seberang Mesjid, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

¹A. Wardi dan Yulia, Udin, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 13 Mei 2014.

Nama: Yurno, Umur: 35 tahun, agama: Islam, Pendidikan: S.1, pekerjaan: karyawan swasta, alamat: Jl. Tunjung Maya, RT. 9, Kel. Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur.

Nama: Dadang, Umur: 38 tahun, agama: Islam, Pendidikan: SMA, pekerjaan: karyawan toko, alamat: Jl. AES Nasution, RT. 13, Kampung Gedang, Kec. Banjarmasin Tengah

2) Uraian Data.

Menurut Yurno dan Dadang, yang merupakan penikmat jagung bakar. Biasanya sehabis bekerja mereka sering singgah di warung jagung bakar yang ada di jalan D.I Panjaitan untuk kemudian dibawa pulang dan memakannya di rumah bersama isteri dan anaknya.

Adapun jagung bakar yang disenanginya adalah dengan rasa manis pedas dan diiris (disasap) atau dibungkus. Sedangkan untuk isteri dan anaknya biasanya rasa asin manis. Dengan harga perbijinya adalah Rp. 10.000,-. Untuk membeli jagung tersebut, biasanya Yurno membelinya ditempat Pak Mahmud, yang merupakan langganannya semenjak tahun 2000. Untuk menarik minat pengunjung untuk mengunjunginya, pak Mahmud menjual dengan harga yang terjangkau oleh pembeli, selain harganya yang terjangkau, rasanya juga banyak di gemari oleh para pelanggan. Hal ini menjadi strategi promosi pak Mahmud, dengan harga yang terjangkau dan rasanya juga enak para pelanggan akan memberi tahu kepada yang lain tempat dimana pak Mahmud berjualan.

Bagi Mahmud yang merupakan seorang penjual jagung bakar di wilayah jalan D. I. Panjaitan yang mengambil tempat di depan Kanwil Kemenag Kalsel dan Kantor

Badan Pertanahan Provinsi Kalsel, tempat itu merupakan tempat yang strategis dan berjualan semenjak tahun 1998. Bisnis penjualan jagung bakar biasanya dilakukannya pada sore hari sekitar jam 17.00 sampai 01.00 malam.

Dalam penjualan jagung bakar, Mahmud melakukan strategi produk dengan menyajikan berbagai rasa, yaitu rasa manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau manis-asin dan pedas. Untuk bahan tambahan rasa dari jagung bakar, ia juga menyediakan bahan pelengkap olahan jagung bakar dengan tambahan taburan dari keju, coklat dan seres. Untuk minuman yang disediakan adalah minuman ringan dingin.

Untuk menunjang kelayakan penjualan jagung bakar dari aspek pasar dan pemasaran, para pedagang jagung bakar melakukan strategi produk dengan membuat faktor variasinya jenis rasa jagung bakar yang dilakukannya Mahmud agar pembelinya atau langganannya dapat memilih rasa jagung yang disukainya. Dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap rasa jagung bakar tersebut maka hal yang diperhatikannya adalah kualitas rasa jagung bakarnya, kesesuaian harga jagung bakar dan rasanya, makanan atau minuman pelengkap lain yang diperlukan oleh para pembeli, dan kecepatannya dalam menyajikan jagung bakar agar pembeli tidak menunggu kelamaan.

Kendala yang dihadapi Mahmud dalam penjualan jagung bakar tersebut menurut adalah dari segi cuaca. Sebagai pedagang ia jelas senang cuaca yang cerah daripada hujan. Sebab kalau hujan, maka dagangannya jelas kurang laku, karena sepi

pembali. Orang akan malas keluar rumah karena hujan dan jelas penghasilannya juga berkurang.²

c. Kasus III

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: Padlillah umur: 43 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMP, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. Pahlawan, RT. 14, Kel. Seberang Mesjid, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: Syamsul, umur: 38 tahun, agama: Islam, Pendidikan: S.1, pekerjaan: PNS, alamat: Jl. Pulau Laut, RT. 16, Kel. Antasan Besar, Kec. Banjarmasin Tengah.

Nama: Desi, umur: 21 tahun, agama: Islam, Pendidikan: S.3, pekerjaan: karyawan swasta, alamat: Jl. Aes Nasution, Gang Musyawarah, RT.2, Kel. Gedang, Kec. Banjarmasin Tengah

2) Uraian Kasus

Padlillah adalah seorang penjual jagung bakar di wilayah jalan D. I. Panjaitan yang mengambil tempat di depan/belakang Koren Antasari. Menurutnya tempat tersebut merupakan tempat yang cukup strategi, selama dia berjualan di sana tiap harinya ada saja pembeli yang mau singgah untuk membeli jagung bakar olahannya. Pekerjaan sebagai penjual jagung bakar tersebut dijalannya semenjak tahun 1995. Dengan waktu berjualan jagung bakar dari jam 17.30 sore sampai jam 24.00 malam.

²Mahmud dan Yurno, Dadang, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 14 Mei 2014.

Strategi produk yang dilakukan Padlillah dalam menjual jagung bakar disajikannya dengan berbagai rasa, seperti rasa manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau campuran. Ia juga menjual jagung bakar dengan tambahan rasa lain, yaitu pelengkap dengan tambahan taburan dari keju, coklat dan seres. Minuman yang disediakan adalah jenis minuman dingin, yaitu minuman ringan dingin, dan susu kotak.

Bagi Padlillah, dalam menilai kelayakan penjualan jagung bakar yang dijualnya adalah dari segi bervariasinya jenis rasa jagung bakar yang disediakan agar para pembelinya atau langganannya dapat memilih rasa jagung yang disukainya. Dan bias menjadi promosi untuk jualan. Dalam menjaga kepuasan konsumen tersebut hal utama yang diperhatikannya adalah kualitas rasa jagung bakarnya terutama jagungnya agar jangan ketuaan sehingga tetap enak dimakan. Begitu juga dengan kesesuaian harga jagung bakar dan rasanya, makanan atau minuman pelengkap lain yang diperlukan para pembeli, kebersihannya, kecepatannya menyajikan jagung bakar agar pembeli tidak menunggu kelamaan, dan ketersediaan parkir sehingga pembeli enak menaruh sepeda motornya dan dapat santai menikmati rasa jagung bakar.

Dalam berjualan jagung bakar tersebut, menurut Padlillah adalah dari segi cuaca. Sebab kalau hari sedang hujan, maka jelas dagangannya kurang laku atau sepi pembeli. Pendapatannya jelas kurang, padahal sudah susah-susah memasang tenda dan kelengkapan lainnya.

Pembeli jagung bakar di warung Padlillah diantaranya ada Syamsul dan Desi. Menurut mereka bahwa mereka memang senang dengan jagung bakar yang biasanya

dibelinya ditempat. Alasannya karena rasa jagung bakarnya enak, sebab banyak olesan margarinnya sehingga rasa manisnya sangat terasa. Begitu juga dengan harganya yang terjangkau dan tidak berbeda dengan penjual lainnya.³

d. Deskripsi Data IV

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: H. Rahman, umur: 56 tahun, agama: Islam, pendidikan: SD, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. AES Nasution, RT. 13, Kel. Gedang, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: Herningsih, umur: 29 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMK, pekerjaan: mahasiswi, alamat: Jl. AES Nasution, RT. 18, Kampung Gedang, Banjarmasin Tengah.

Nama: Siti, umur: 45 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMP, pekerjaan: ibu rumah tangga, alamat: Jl. Tunjung Maya, RT. 7, Kel. Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur.

2) Uraian Data.

Tempat berjualan H. Rahman merupakan tempat yang sering di lalui banyak orang, apalagi sepulang dari kantor. Menurut Herningsih, setelah pulang kerja dari Kayutangi. Biasanya ia melewati jalan S. Parman dan jalan D.I Panjaitan. Dan menurut Siti, anaknya sering minta belikan jagung bakar dan biasanya ia membelinya di tempat H. Rahman. Untuk makanan ringan dirumah sambil nonton

³Padillah dan Syamsul, Desi, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 15 Mei 2014.

TV biasanya ia membeli jagung bakar lebih dahulu dengan mampir di warung yang ada di jalan D.I Panjaitan.

Warung bakar yang biasa disinggahi oleh Herningsih dan Siti adalah kepunyaan dari H. Rahman yang merupakan keluarganya. Biasanya ia membeli jagung bakar sekitar sebulan sekali atau setengah bulan sekali. Adapun rasa jagung bakar yang disenanginya adalah rasa manis pedas dengan diiris (disasap) dan ditaburi keju, dengan harga Rp. 12.000,- dan harga itu menurutnya sesuai saja karena memang keju juga mahal.

Kebiasaan Herningsih yang suka makan jagung bakar tersebut dibenarkan oleh H. Rahman. Menurutnya, biasanya Herningsih lebih senang membungkus daripada makan langsung diwarungnya.

Menurut H. Rahman pekerjaannya menjual jagung bakar tersebut sudah dijalannya semenjak tahun 1990 an, bahkan ia termasuk yang pertama berjualan. Berbeda dengan sekarang yang sudah banyak penjualnya. Tempat H. Rahman berjualan jagung bakar adalah di depan Kantor Badan Pertanahan Provinsi Kalsel dan Gereja. Penjualan jagung bakar tersebut biasanya dilakukannya pada sore hari sekitar jam 17.00 sampai 01.00 malam.

Dalam penjualan jagung bakar, H. Rahman dibantu anaknya yaitu Indri. Strategi produk yang dilakukan H. Rahman adalah dengan menyajikan rasa manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau manis-asing dan pedas maupun olahan jagung bakar dengan taburan keju, coklat dan seres di atasnya. Ia juga menambah jualannya dengan pisang goreng dan kue lainnya. Untuk minuman yang disediakan adalah minuman mineral botol dan gelas, minuman ringan dingin, susu kotak dan teh.

Menurut H. Rahman faktor penyebab usahanya bertahan sampai sekarang dan kelayakannya adalah dengan mempertahankan rasa jagung bakarnya. Biasanya sebelum dibakar lebih dahulu jagung direndamnya dengan air yang dicampur garam dan merica, baru kemudian dibakarnya dan diolesi margarin yang rasanya sesuai keinginan pembeli. Cara pengolahan itulah yang selalu dilakukannya dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap rasa jagung bakar. Selain itu adalah kesesuaian harga jagung bakar dan rasanya, makanan atau minuman pelengkap lainnya, kecepatannya dalam menyajikan jagung bakar agar pembeli tidak menunggu kelamaan dan kemudahan parkir. Yang terpenting bagi H. Rahman adalah ia selalu menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya dari mulai berjualan sampai sekarang. Segaligus sebagai ajang promosi bagi usahanya.

Kendala yang dihadapi H. Rahman dalam penjualan jagung bakar tersebut menurut adalah dari bahannya yaitu jagung yang kadang-kadang kosong atau tidak sesuai dengan keinginannya. Sebab menurutnya jagung yang diolah harus betul-betul baik kualitasnya, besar dan manis. Oleh karenanya ia tidak akan membeli jagung yang tidak memenuhi tiga kriteria tersebut. Biasanya memang ia mengambil sendiri jagung dari para petaninya di Kecamatan Bati-bati, sehingga tahu kualitasnya secara langsung.⁴

e. Deskripsi Data V

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

⁴H.Rahman dan Herningsih, Siti, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 18 Mei 2014.

Nama: Abdullah, umur: 42 tahun, agama: Islam, pendidikan: MTs, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. Kabal dekat Lontong Orari, RT. 29, Kel. Seberang Mesjid, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: Dwi, umur: 28 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMA, pekerjaan: karyawan swasta, alamat: Jl. Cempa Putih, Gang 5, RT.15, Banjarmasin Timur.

Nama: Yanti, umur: 25 tahun, agama: Islam, pendidikan: S.1, pekerjaan: mahasiswi, alamat: Jl. Sutoyo S, Komp. Es Terang, RT. 4, Kel. Teluk Dalam, Kec. Banjarmasin Tengah.

2) Uraian Data.

Pada data ini, Dwi adalah seorang karyawan swasta di perusahaan sepeda motor PT. Yamaha S. Parman. Ia turun bekerja dari hari Senin sampai Sabtu, dari jam 08.00 pagi sampai 16.00 sore. Jadi hanya hari Minggu saja yang libur.

Menurut Dwi, setelah pulang kerja, terkadang ia sendiri atau dengan kawan sekantor mampir lebih dahulu di jalan D.I Panjaitan untuk menikmati jagung bakar. Warung jagung bakar yang biasa disinggahipun tidak menentu. Salah satunya adalah milik Abdullah. Biasanya ia dan kawan membeli jagung bakar sesuai keinginan masing-masing, dan ia menyenangi rasa manis pedas, dengan diiris (disasap). Adapun harganya jagung bakar tersebut biasanya sekitar Rp. 8.000,- perbijinya. Lain lagi dengan Yanti yang merupakan seorang mahasiswi, biasanya ia jalan-jalan dengan teman-temannya sambil santai sore-sore dengan menikmati jagung bakar langganan mereka. Menurutnya, di tempat Abdullah berjualan itu suasananya nyaman, serta pelayanannya yang ramah.

Menurut Abdullah, memang Dwi sering mampir bersama teman-temannya membeli jagung bakar ditempatnya, langsung memakan dikiosnya, dan jarang sekali membungkusnya untuk dibawa pulang.

Pekerjaannya menjual jagung bakar tersebut sudah dijalani Abdullah semenjak tahun 2000, dan pada mulanya diajak oleh H. Rahman yang kasihan melihatnya sering menganggur karena tidak punya pekerjaan yang tetap.

Dalam penjualan jagung bakar, dilakukannya pada sore hari sekitar jam 17.00 sampai 01.00 malam. Dengan menyajikan rasa manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau manis-asing dan pedas maupun olahan jagung bakar dengan taburan keju, coklat dan seres di atasnya. Untuk minuman yang disediakan adalah minuman mineral botol dan gelas, minuman ringan dingin, susu kotak dan teh. Hal ini merupakan strategi produk yang digunakan sesuai dengan arahan oleh H. Rahman.

Menurut Abdullah faktor penyebab kelayakan jagung bakar yang dijualnya adalah dengan mempertahankan rasa jagung bakar yang diajari oleh H. Rahman, yaitu sebelum dibakar lebih dahulu jagung direndamnya dengan air yang dicampur garam dan merica. Selanjutnya jagung dibakar sebentar diolesi margarin sesuai rasa yang diinginkan pembeli lalu dibakarnya lagi sebentar sampai jagung masak dan kemudian diolesi lagi margarin. Cara pengolahan itulah yang selalu dilakukannya dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap rasa jagung bakar. Selain itu adalah dari segi kualitas jagung yang baik, bentuknya agar besar dan rasanya yang manis atau jagung manis. Dari segi strategi harga jagung bakar juga sama dengan penjual lainnya, bahkan ia juga menyediakan makanan atau minuman pelengkap lainnya,

menyajikan jagung bakar dengan cepat agar pembeli tidak menunggu kelamaan, kemudahan parkir dan menjalin hubungan baik dengan pelanggannya.

Kendala yang dihadapi Abdullah dalam penjualan jagung bakar adalah dari segi bahannya yaitu jagung yang kadang-kadang kosong atau tidak sesuai dengan keinginannya. Sebab jagung yang diolahnya harus betul-betul baik kualitasnya, besar dan manis agar pembelinya puas. Oleh karenanya ia tidak akan membeli jagung yang tidak memenuhi tiga kriteria tersebut. Biasanya dalam membeli jagung tersebut ia minta belikan kepada H. Rahman yang langsung membeli dari para petaninya di Kecamatan Bati-bati, sehingga tahu kualitas jagungnya secara langsung.⁵

f. Deskripsi Data VI.

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: Fahriah, umur: 39 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMP, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Jl. Kabal, RT. 21, Kel. Seberang Mesjid, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: M. Kurdi, umur: 39 tahun, agama: Islam, pendidikan: S.1, pekerjaan: PNS, alamat: Jl. Sutoyo S, Gang Nuri, RT.17, Kel. Teluk Dalam, Kec. Banjarmasin Tengah.

Nama: Suryati, umur: 48 tahun, agama: Islam, pendidikan: SMA, pekerjaan: Buruh, alamat: Jl. Tunjung Maya, RT. 10, Kel. Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur

⁵Abdullah dan Dewi, yanti, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 19 Mei 2014.

2) Uraian Data.

Menurut M. Kurdi dan Suryati mereka sering membeli jagung bakar. Biasanya sehabis bekerja atau ketika lembur, adakalanya mereka membeli jagung bakar yang kebetulan berjualan didepan kantornya. Yang merupakan tempat strategis baginya.

Jagung bakar yang disenangi adalah dengan rasa manis asin dan diiris (disasap) atau dibungkus dengan tambahan margarin rasa pedas. Untuk mempertahankan jualannya Fahriah menggunakan strategi harga yang tidak melebihi dengan saingannya. Dengan harga perbijinya adalah Rp. 10.000,-. Untuk membeli jagung tersebut, biasanya M. Kurdi membelinya ditempat Fahriah yang berjualan didepan kantornya. Jagung bakar yang dibelinya tersebut menurutnya cukup enak rasanya, besar jagungnya dan harganya juga tidak mahal.

Menurut Fahriah, memang ia berjualan didepan kantor tempat M. Kurdi bekerja, yaitu Kantor Perbendaharaan Kas Negara (KPKN) di jalan D. I. Panjaitan. Bisnis penjualan jagung bakar tersebut sudah dijalaninya semenjak tahun 2004, dan mulai berjualan dari jam 17.00 sampai 01.00 malam.

Dalam penjualan jagung bakar, strategi produk yang diakukannya adalah dengan menyajikan rasa manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau manis-asin dan pedas, sama dengan pedagang yang lain. Ia juga menyediakan olahan bahan lainnya untuk ditaburi diatas jagung bakar yaitu dari keju, coklat dan seres. Adapun minuman yang disediakanya adalah minuman ringan dingin, dan susu kotak.

Dengan menyajikan rasa yang variatif agar pembelinya atau langganannya dapat memilih rasa jagung yang disukainya. Dalam menjaga kepuasan konsumen

terhadap rasa jagung bakar tersebut maka hal yang diperhatikannya adalah kualitas rasa jagung bakarnya, kesesuaian harga jagung bakar dan rasanya, kebersihan tempatnya berjualan, makanan atau minuman pelengkap lain yang diperlukan para pembeli, dan kecepatannya dalam menyajikan jagung bakar dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Fahriah menggunakan strategi promosi dari mulut kemulut oleh pelanggan setianya.

Menurut Fahriah, bahwa faktor utama yang menjadi kendala dalam penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah adalah saat ini banyak saingan dalam menjual jagung bakar. Karena mereka juga ingin berusaha berjualan untuk mencari rezeki. Akibatnya terkadang jagung bakar yang dijualnya tidak habis, dan harus dijual kembali sore hari berikutnya.⁶

g. Deskripsi Data VII.

1) Identitas Responden

a) Penjual Jagung Bakar.

Nama: Turmi, umur: 43 tahun, agama: Islam, pendidikan: SD, pekerjaan: penjual jagung bakar, alamat: Gang Rahmat, RT. 17, Kel. Melayu, Kec. Banjarmasin Tengah.

b) Pembeli (Konsumen).

Nama: Lestari, umur: 34 tahun, agama: Islam, pendidikan: MAN, pekerjaan: ibu rumah tangga, alamat: Jl. Aes Nasution, Gang Musyawarah, RT.8, Kel. Gedang, Kec. Banjarmasin Tengah.

⁶Fahriah dan M.Kurdi, Suryati, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 20 Mei 2014.

Nama: Faulina, umur: 28 tahun, agama: Islam, pendidikan: S.1, pekerjaan: PNS, alamat: Jl. Cempa Putih, Gang 5 , RT.10, Kec. B.Masin Tengah

2) Uraian Data.

Lestari adalah salah seorang ibu rumah tangga, sedangkan suaminya bekerja sebagai PNS pada Inspektorat Provinsi Kalsel.

Pada bulan Mei 2014, Lestari dan dua orang anaknya yang bernama Nur Aina Safitri (9 tahun) dan M. Muliadi (6 tahun) pergi berjalan-jalan ke jalan D.I Panjaitan untuk membeli jagung bakar ditempat Turmi.

Jagung bakar yang disenanginya adalah dengan rasa manis asin dan diiris (disasap) dan untuk kedua anaknya adalah rasa manis. Jagung bakar tersebut langsung dimakannya di warung Turmi. Dengan harga yang cukup terjangkau, perbijinya adalah Rp. 10.000,-. Jagung bakar yang dibelinya tersebut menurutnya cukup enak rasanya, besar jagungnya, dan harganya juga tidak mahal. Selain itu Faulina yang merupakan pembeli tetap jagung bakar ditempat Turmi mengatakan bahwa menurutnya rasa jagung bakar olahannya itu rasanya lebih manis, karena jagungnya masih segar, dia biasanya membeli untuk dibawa kerumah.

Menurut Turmi, memang ia berjualan di jalan D. I. Panjaitan karena tempatnya yang strategis. Bisnis penjualan jagung bakar tersebut sudah dijalaninya semenjak tahun 2007, dan mulai berjualan dari jam 17.00 sampai 01.00 malam.

Dalam penjualan jagung bakar, Turmi menyajikannya dengan bermacam variasi rasa, seperti manis, pedas, asin, pedas, manis-asin, atau manis-asing dan pedas. Ia juga menyediakan olahan bahan lainnya untuk ditaburi diatas jagung bakar

yaitu dari keju, coklat dan seres. Adapun jenis minuman yang disediakan adalah minuman ringan dingin dan susu kotak sebagai strategi produk.

Menurut Turmi, faktor utama penyebab yang mempengaruhi kelayakan penjualan jagung bakar adalah dengan menyajikan rasa yang variatif agar pembelinya atau langganannya dapat memilih rasa jagung yang disukainya. Dalam menjaga kepuasan konsumen terhadap rasa jagung bakar tersebut maka hal yang diperhatikannya adalah kualitas rasa jagung bakarnya, makanan atau minuman pelengkap lain yang diperlukan para pembeli, kecepatannya dalam menyajikan jagung bakar kesesuaian harga jagung bakar dan rasanya, kebersihan tempatnya berjualan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Sama dengan penjual jagung bakar yang lain, strategi promosi yang digunakannya adalah dari mulut ke mulut oleh pelanggan setianya.

Adapun kendala utama yang dihadapi Turmi dalam berjualan jagung bakar adalah faktor cuaca, yaitu apabila hari hujan. Sebab kalau hari hujan, maka dagangannya jelas kurang laku, karena pembeli malas keluar rumah karena hujan, sehingga pendapatannya juga jelas berkurang.⁷

2. Rekapitulasi dalam Bentuk Matrik.

Pada bagian ini penulis menyajikan secara ringkas atau sebagai ikhtisar terhadap data yang telah diuraikan sebelumnya ke dalam bentuk matrik, yang terdiri dari: matrik I: mengenai identitas responden, matrik II: mengenai penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah dari segi kelayakan bisnis, meliputi:

⁷Turmi dan Lestari, Faulina, Penjual dan Pembeli Jagung Bakar, Wawancara Pribadi, Banjarmasin. 21 Mei 2014.

analisis kelayakan bisnis penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah dari aspek pasar dan pemasaran, dan kendala dalam penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada matrik berikut:

HALAMAN INI DIKOSONGKAN KHUSUS UNTUK MATRIK I

HALAMAN INI DIKOSONGKAN KHUSUS UNTUK MATRIK I

HALAMAN INI DIKOSONGKAN KHUSUS UNTUK MATRIK II

HALAMAN INI DIKOSONGKAN KHUSUS UNTUK MATRIK II

B. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Penjualan Jagung Bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Dalam berbagai lapangan kegiatan bisnis yang dilakukan saat ini, maka setiap penjual mempunyai tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan atau hasil yang banyak. Sebab, orang terlibat di dalamnya tentunya tidak ingin kembali modal atau bahkan merugi. Begitu juga halnya dengan penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah, tentunya tidaklah ingin dalam kegiatan yang dilakukannya tidak memperoleh keuntungan.

Dari uraian 7 (tujuh) deskripsi kasus tersebut, maka berikut ini penulis menganalisisnya dari aspek kelayakan bisnis, sebagai berikut:

1. Bagaimana Analisis Kelayakan Bisnis Penjualan Jagung Bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah dari Aspek Pasar dan Pemasaran

Memperhatikan 7 (tujuh) kasus yang telah dideskripsikan mengenai penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah ternyata mereka memberikan jawaban yang bervariasi. Namun pada umumnya secara keseluruhan responden memberikan jawaban hampir sama saja, meskipun ada yang berbeda yang merupakan tambahan dari jawaban pedagang lainnya.

Dilihat dari segi rasa jagung bakar yang dibuat para penjual ternyata pada umumnya para responden memberikan penilaian yang baik, artinya menunjukkan bahwa memang para responden menilai bahwa rasa jagung bakar tersebut memang enak dikonsumsi karena memang jagung yang dijual kualitasnya juga yang betul-betul baik. Jadi, memang rasa dari jagung bakar yang dibuat menjadi prioritas konsumen dalam membelinya. Begitu juga mengenai kesesuaian jagung bakar dengan harga yang dibayarkan, umumnya responden tanggapan yang baik, sehingga memang mereka tidak mempermasalahkan harga perbijinya yang mencapai Rp. 8.000,- bahkan Rp. 12.000,- kalau ditambah dengan taburan keju atau coklat.

Dari kedua aspek tersebut, sebenarnya sudah menggambarkan tentang kelayakan bisnis penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Maksudnya, dimanapun kegiatan bisnis makanan penjualan jagung bakar dilakukan maka yang menjadi prioritas masyarakat perkotaan adalah penilaian kelayakan utamanya selalu pada masalah rasa jagung bakar yang dikonsumsi dan kesesuaian dengan harganya.

Menunjukkan bahwa kalau dikaji dari aspek kelayakan bisnis, maka pada masyarakat perkotaan seperti di Kota Banjarmasin ini, keputusan konsumen dalam melakukan konsumsi, yang menjadi pertimbangan utama adalah nilai kepuasan (*utility*) yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan) sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang didapat atau dirasakan atau yang dinikmatinya.

Memang konsep *utility* sebenarnya merupakan sebuah konsep yang bersifat abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa dikonsumsi. Sebuah

konsep tentang cita rasa dan preferensi seseorang, terutama terhadap makanan untuk mendapatkan kepuasan. *Utility* akan didapatkan oleh seseorang sepanjang benda atau barang yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Biasanya, preferensi seseorang atas barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh tingkat *utility* yang terdapat dalam komoditas tersebut,⁸ terutama pada saat menikmati rasanya.

Sementara mengenai kecepatan penjual jagung bakar dalam melayani pembeli (konsumen) ketika memesan makanan, sikap dalam memberikan pelayanan, dan makanan pelengkap lainnya yang tersedia, ternyata juga menunjukkan mayoritas pembeli memang menghendaknya. Jadi, ketika konsumen membeli jagung bakar ternyata juga melihat aspek lainnya, sehingga tertarik untuk membelinya.

Kecepatan melayani permintaan pembeli (konsumen) yang memesan jagung bakar, juga sangat menentukan banyak atau tidaknya pembeli. Sebab, kalau pelayanannya lambat maka sudah tentu pembeli menggerutu dan berpikir ulang untuk kembali membeli nantinya sebab sudah pengalaman terasa lama menunggu. Sikap penjual jagung bakar yang melayani juga menjadi pertimbangan para pembeli, sebab apabila penjual bersikap acuh maka pembeli seakan merasa tidak dihargai keberadaannya.

Mengenai kepuasan terhadap rasa makanan pelengkap lain yang tersedia, maka sebenarnya juga menambah daya tarik selera konsumen. Sebab, kalau orang sedang mengkonsumsi jagung bakar, maka biasanya agar lebih enak ditambah minuman dingin, sehingga akan menambah enaknyanya makanan.

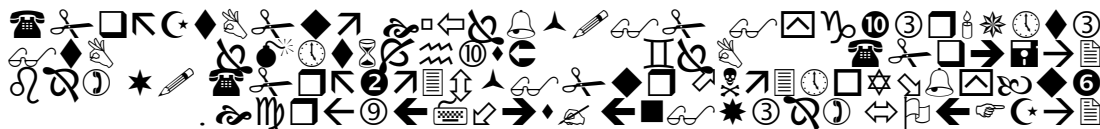
⁸Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, terj. Ahmad Akhrom dan Dimyauddin, (Jakarta: PT. Zikrul Hakim, 2007), h. 72.

Dengan demikian, enakny rasa jagung bakar adalah hal yang menjadi daya tarik utama para konsumen mau datang ke kios kaki lima bersangkutan. Sebab, bagi konsumen jagung bakar di kota Banjarmasin rasanya adalah menjadi pilihan utamanya untuk mengkonsumsi jagung bakar bersangkutan. Sedangkan harga akan menjadi rujukan pula untuk meningkatkan daya beli konsumen. Kalau harganya terlalu mahal maka pembeli akan mencari alternatif makanan lain yang juga enak tapi harganya tetap terjangkau.

Mengenai kecepatan penjual dalam melayani pesanan, sikap, dan makanan pelengkap lainnya yang tersedia maka jadi alternatif kedua setelah rasa dan harga jagung bakar yang dikonsumsi. Meskipun demikian, keberadaannya juga sangat menentukan ramai atau tidaknya pembeli. Karena ramahnya dan cepatnya menyajikan sekarang ini juga sudah menjadi penilaian para konsumen untuk membeli barang yang dikonsumsinya.

Dalam menilai studi kelayakan bisnis terhadap penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah, secara ekonomi jika dikaitkan dengan membahas teori perilaku konsumen dalam mengkonsumsi, diasumsikan bahwa seorang konsumen jagung bakar merupakan sosok yang cerdas. Dalam artian, konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang karakteristik dan keistimewaan komoditas jagung bakar. Dengan harapan, komoditas yang telah dikonsumsi oleh konsumen dapat mendatangkan tingkat *utility* yang memuaskan. Selain itu, jagung bakar sebagai barang (makanan) yang dikonsumsi juga termasuk kategori *thayyibah* (baik lagi

bermanfaat) juga harus diperbolehkan *syar'i*.⁹ Firman Allah pada surah al-Baqarah ayat 172:



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. (QS. Al-Baqarah: 172).*

Selain itu, dari segi kelayan bisnis maka kepuasan para konsumen terhadap penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah ternyata tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan etika dalam berbisnis, yaitu dari segi etika pemasaran dalam konteks produk, bahwa produk yang dikonsumsi memang halal dan *thayyib* karena pemiliknya orang Islam, produk yang berguna dan dibutuhkan oleh tubuh, dan produknya dapat memuaskan masyarakat.

Dari segi etika pemasaran dalam konteks harga, maka penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah ternyata dilakukan dengan beban biaya produksi yang wajar, harganya sesuai dengan pasaran jika diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, dan sebagai alat daya tarik bagi konsumen¹⁰ karena jagung bakar yang dijual laku, laris dan tempat berjualannya memang menetap dan dalam satu kawasan.

Oleh karena itu, dalam menjalankan strategi bisnis, seperti penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah dalam penjualannya dan pemasarannya tidak hanya pada mutu produk semata melainkan meliputi usaha pemasaran yang menyangkut harga, pelayanan yang memuaskan, tempatnya, lokasi parkirnya dan

⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1995), h. 80.

¹⁰Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PSEI, 1997), h. 76.

kemudahan lainnya. Dengan demikian, strategi pemasaran yang ditetapkan harus betul-betul sesuai dengan tendensi masyarakat sebagai konsumen, sehingga tercipta hubungan timbal balik yang baik dari penjual jagung bakar dan pembelinya konsume

2. Kendala dalam penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah

Memperhatikan kendala yang dihadapi dan dapat mempengaruhi penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah, maka sebenarnya harus menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen menyukai atau tidak, ramai atau tidaknya jagung bakar, meskipun rasanya tetap menjadi penilaian utama. Karenanya itu tidak bisa diabaikan begitu saja.

Dalam melakukan kegiatan bisnis jagung bakar, tentunya tidak terlepas dari permasalahan di lapangan terutama berbagai kendala yang dapat mempengaruhi penjualannya. Begitu juga halnya dengan usaha jagung bakar untuk menunjang perekonomian penjualnya, ternyata dapat dipengaruhi oleh kendala-kendala berikut:

a. Ketersediaan Jagung

Pihak penjual jagung bakar menganggap ketersediaan bahan baku jagung yang masih muda dan sedang untuk dipetik adalah faktor yang dapat mempengaruhi usahanya, seperti terjadi pada deskripsi data I, III, IV dan V.

Kondisi sering terjadinya kekosongan jagung merupakan kendala tersendiri bagi para penjual jagung bakar. Kalaupun ada maka jagung yang diolahnya harus betul-betul baik kualitasnya, besar dan memang jagung manis agar pembelinya puas. Selain itu, jagung bakar adalah makanan yang tidak dapat bertahan lama atau beberapa hari kalau sudah dibuka dari kulitnya (kelopaknya). Kalau sampai tidak

laku beberapa maka kemungkinan rasanya sudah mulai kurang enak sebab jagungnya akan mengering dan hilang rasa manisnya.

b. Kondisi Cuaca Hujan yang Mengganggu.

Pihak pembuat dan penjual dalam usaha penjualan jagung bakar menganggap kondisi cuaca atau hujan adalah faktor yang dapat mempengaruhi usahanya, seperti terjadi pada deskripsi data II dan VII.

Kondisi sering terjadinya hujan jelas merupakan kendala tersendiri bagi para penjual jagung bakar. Sebab, jagung bakar tidak laku-laku sementara sudah dibuka dari kulitnya (kelopaknya) dan dibungkus dalam plastik. Kalau sampai tidak laku beberapa hari (seperti halnya kurangnya barang yang tersedia) karena sebab hujan maka rasanya sudah mulai kurang enak sebab jagungnya akan mengering dan hilang rasa manisnya.

c. Banyaknya Saingan yang Juga Berjualan.

Menegaskan bahwa pihak penjual menganggap kendala utama yang mempengaruhi penjualan jagung bakar dalam menunjang perekonomian keluarganya adalah banyaknya saingan yang juga berjualan, seperti pada deskripsi data VI.

Menunjukkan bahwa menjual jagung bakar tidak hanya dilakukan seorang atau beberapa orang saja tetapi banyak yang melakukannya. Bahkan tidak hanya di wilayah Kecamatan Banjarmasin Tengah saja, tetapi ada yang di wilayah lainnya di Kota Banjarmasin ini. Dampaknya masyarakat juga akan banyak pilihan dan kualitas rasa serta harga jagung bakar yang diolah juga berbeda, wajar jika akan terjadi persaingan antara satu dengan lainnya.

Dari ketiga kendala yang dapat mempengaruhi bisnis penjualan jagung bakar tersebut, maka tidak heran kemudian jika pendapatan penjualnya sangat tergantung kepada berbagai faktor yang dapat mempengaruhinya dalam melakukan penjualan jagung bakar tersebut.


Kendala karena ketersediaan bahan jagung bakar memang merupakan kendala yang mesti diatasi. Sebab, tidak semua jagung yang dapat dijadikan bahan untuk diolah dan dijual menjadi jagung bakar. Tidak semua jagung enak dimakan, karena hanya jagung manis saja yang dapat dijual sebagai jagung bakar. Tidak semua pula jagung itu besar buahnya atau bentuknya, karena kalau kecil tidak baik untuk dijual, hanya yang besar saja yang layak dijual dengan harga sekitar Rp. 8.000,-. Oleh karena itu, kalau jagung bakar yang enak, manis dan besar bentuknya sulit didapatkan maka jelas menjadi kendala utama. Walaupun jagung banyak dipasaran, tetapi tidak manis dan besar maka juga tidak termasuk yang layak untuk dijadikan jagung bakar.

Begitu juga kendala karena kondisi cuaca atau hujan, maka bisa menyebabkan penjualan jagung bakar kurang laku, maka dianggap cukup wajar. Sebab, kalau hari hujan jelas sedikit saja atau bahkan tidak ada pembeli yang mau berhujan-hujan, maka sebenarnya yang rugi adalah penjualnya. Kalau jagung bakar sudah sampai beberapa hari tidak laku, maka hampir dapat dipastikan sudah tidak laku dijual karena rasanya sudah tidak enak lagi seperti kurang manis. Akibatnya dipastikan penjualan jagung bakar akan merugi dan tidak dapat penghasilan pula.

Mengenai kendala banyaknya saingan yang juga berjualan jagung bakar, menurut hemat penulis bukanlah hal mesti dipermasalahkan, sebab dalam setiap

usaha yang dilakukan saat ini pasti ada saingan. Yang terpenting adalah bagaimana pihak penjualan jagung bakar mempertahankan bahkan harus meningkatkan kualitas dan rasa jagung bakar yang diolahnya. Bagi penjual juga harus mencari tempat yang strategis untuk berjualan, tempat yang rapi dan bersih dan penampilan yang baik kepada pembeli. Jadi permasalahan persaingan itu sebenarnya bisa dikatakan sebagai kendala atau sebaliknya, bisa juga bukan kendala karena justru akan mendorong penjualan lebih rajin dan meningkatkan kualitas dari rasa jagung bakar yang diolahnya.

Memperhatikan ketiga kendala yang mempengaruhi dalam penjualan jagung bakar tersebut, maka secara bisnis justeru pembuat dan penjualnya harus selalu melakukan koreksi diri tentang kekurangan-kekurangannya dalam berjualan, apa saja yang mesti dilakukannya, dan yang harus ditingkatkan. Selain itu, hal positif kepada pembuat dan penjual ketupat, sehingga tidak rugi. Sebab tujuan pedagang secara ekonomi jelas tidak ingin rugi. Hal ini sebagaimana dimaksudkan firman Allah dalam surah Fathir ayat 29:



 Artinya: "...mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi. (Q.S. Faathir: 29).¹¹

Menunjukkan bahwa kendala apapun yang mempengaruhinya, sebenarnya kalau memang penjual jagung bakar ingin memperoleh hasil maksimal, selayaknyalah memperbaiki cara pengolahannya dan mengoreksi kekurangannya, sehingga transaksi bisnis penjualan jagung bakar tetap berjalan. Selain itu, permasalahan mencari bahan atau membuat jagung bakar dengan jagung yang betul-

¹¹Departemen Agama RI, *op. cit.*, h. 833.

betul baik, manis dan besar agak susah tentunya harus menjadi perhatian serius bagi pembuatnya, terutama juga ketika membakarnya atau mengolahnya.

Untuk membakarnya yang bagus maka harus menggunakan arang dari kayu yang baik, terutama arang kayu Halaban atau arang tempurung kelapa agar jagungnya benar-benar masak dan rasanya nyaman. Sebab, dalam membuat jagung bakar tentunya tidak sembarang bahan, misalnya untuk takaran yang pas untuk bahan campuran rasanya, termasuk kualitas margarinnya maka harus yang baik seperti bleuband. Sebab antara margarin yang satu dengan lainnya berbeda rasanya dan kegunaannya. Kerana itu yang mesti diperhatikan teknik proses pencampurannya, pembuatannya dan pembakarnya harus betul-betul masak dan enak dimakan.

Terhadap ketiga kendala tersebut, maka meskipun dalam melakukan aktivitas usaha penjualan jagung bakar tujuan akhirnya untuk mendapatkan hasil dan keuntungan, namun ada beberapa nilai yang dapat dijadikan sandaran oleh penjualnya dalam melakukan proses produksi, yaitu:

Pertama, profit bukanlah satu-satunya yang menjadi elemen pendorong dalam berproduksi, namun perolehan secara halal dan adil dalam profit merupakan motivasi utama dalam berproduksi. *Kedua*, pembuat (produsen) harus memperhatikan nilai-nilai spritualisme, di mana nilai tersebut harus dijadikan sebagai penyeimbang dalam melakukan produksi, yaitu berkeyakinan bahwa memperoleh ridha Allah.¹² Sebab, manusia akan memperoleh hasil dari usahanya sesuai dengan usaha maksimal dan yang terbaik dilakukannya. Firman Allah pada surah *an-Najm* ayat 39 dan 40:

¹²Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, terj. Ahmad Akhrom dan Dimyauddin, (Jakarta: PT. Zikrul Hakim, 2007), h. 48-49.



Artinya: Dan sesungguhnya manusia tidak akan mendapat melainkan (menurut) apa yang mereka usahakan. Dan bahwasanya usahanya itu akan diperhatikan. (Q.S. An-Najm: 39-40).¹³

Dapat dikatakan, bahwa apapun kendala yang mempengaruhi usaha penjualan jagung bakar untuk menunjang perekonomian penjualnya, maka seorang pebisnis tulus harus memiliki komitmen kuat untuk mengamalkan akhlak mulia dalam aktivitas bisnisnya, seperti tekun bekerja sambil menundukkan diri (berdzikir kepada Allah), jujur dan dapat dipercaya, cakap dan komunikatif, sederhana dalam berbagai keadaan, menghindari penipuan, dan manipulasi atau sejenisnya.¹⁴

3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Kelayakan Penjualan Jagung Bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

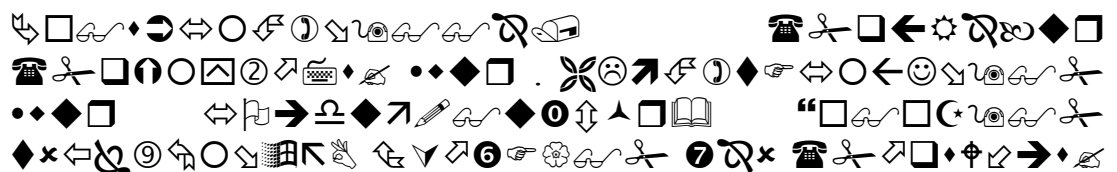
Terjadinya aktivitas penjualan jagung bakar mulai dari proses mencari dan pembelian jagungnya, menyediakan bahan olesannya, sarana pembakarannya dan pembuatan atau pengolahannya, dan kemudian dijual merupakan realitas yang tidak dapat dihindari karena merupakan interaksi yang saling memerlukan. Disinilah kemudian masyarakat mempunyai cara tersendiri dalam mengolahnya. Apalagi bagi sebagian masyarakat pekerjaan menjual jagung bakar menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarganya. Menunjukkan bahwa usaha penjualan jagung bakar dalam menunjang perekonomian masyarakat pembuat dan penjualnya di Kecamatan Banjarmasin Tengah cukup besar.

¹³Departemen Agama RI, *op. cit.*, h. 874.

¹⁴A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Alquran*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 44.

Jika dilihat dari asas-asas produktivitas bisnis, yang mesti diperhatikan penjual jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah adalah adanya kesesuaian suatu usaha bisnis yang dilakukan yang harus dilihat dari kesesuaiannya dengan aturan *syar'i*. Sebab, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu: (1) target hasil *profit*-materi dan *benefit-non* materi, (2) pertumbuhan, artinya harus meningkat, (3) keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin, dan (4) keberkahan atau keridhaan Allah.¹⁵

Memperhatikan tujuan dari aktivitas bisnis tersebut, jika dikaitkan dengan konsep transaksi berbisnis atau berusaha dalam Islam, menunjukkan sebenarnya sah-sah saja ada yang hanya bekerjanya menjual jagung bakar semata (tidak ada yang lain dijualnya) atau menjual jagung bakar dengan berbagai tambahan, makanan pelengkap lainnya dan minumannya. Yang terpenting dalam pembuatannya menggunakan bahan yang halal dan dalam transaksi penjualan dari pihak penjual kepada pembelinya tidak ada yang merasa dirugikan dan merasa senang. Sebagaimana dikehendaki dari surah asy-Syu'ara ayat 182 dan 183 menetapkan bahwa dalam melakukan transaksi mesti dilakukan dengan cara yang benar, sebagaimana firman Allah Swt. yang berbunyi:



¹⁵Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggasas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h. 18.

Artinya: Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan. (QS. Asy-Syu'ara: 182-183).¹⁶

Dapat dikatakan, kalau dinalisis dari tinjauan ekonomi Islam terhadap kelayakan penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah maka usaha jagung bakar sangat layak untuk dilakukan bahkan dikembangkan lebih baik lagi karena ada yang menjadikan sebagai pekerjaan pokoknya dan sumber pendapatan utama keluarganya. Sementara kendala yang dapat mengganggu penjualan jagung bakar di Kecamatan Banjarmasin Tengah, haruslah diatasi dengan sebaik mungkin agar tidak ada kerugian dari pihak penjualnya dan yang utama adalah pembelinya agar jangan sampai kemahalan atau rasa jagungnya tidak enak.

Dapat dipahami, sebenarnya dalam ekonomi Islam penjualan jagung bakar, rasanya dengan harga merupakan kesatuan yang integral dan saling menunjang. Sebab semuanya saling melengkapi, meskipun rasa jagung bakar berbeda dengan makanan lainnya tetaplah merupakan hal utama penentu kelayakan bisnisnya.

Dengan demikian, antara rasa jagung bakar dengan harga, pelayanan dan fasilitas merupakan kesatuan yang integral dan saling menunjang. Sebab semuanya saling melengkapi, meskipun rasa tetaplah merupakan poin utama dan menjadi penentu kepuasan pembelinya sebagai konsumen.

¹⁶Departemen Agama RI, *op. cit.*, h. 586.