

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Masyarakat di Kalimantan Selatan khususnya di Kota Banjarmasin pada dasarnya lebih suka mencari nafkah dengan cara perniagaan (berdagang). Masyarakat yang menjadi pedagang biasanya tidak hanya asli dari Kota Banjarmasin, tetapi dari berbagai daerah Indonesia yang merantau ke daerah Kalimantan Selatan yaitu ke Kota Banjarmasin.

Berbagai macam perdagangan dilakukan oleh masyarakat termasuk bisnis dalam berbagai bidang termasuk yaitu berdagang bahan pokok, baju, pakaian, warung makan dan bisnis lainnya. Usaha bisnis itu pun berkembang dari waktu ke waktu, dan hingga sekarang. Salah satunya adalah bisnis usaha yang digeluti oleh bapak Tukirin dan Istrinya. Bisnis usaha yang mereka lakukan yaitu usaha kecil-kecilan yang di kenal dengan nama warung makan Mie Ayam Mulawarman.

Bisnis Mie Ayam Mulawarman yang di tekuni oleh bapak Tukirin dan Istrinya ini dimulai dari tahun 1989 hingga sekarang. Bisnis ini cukup terkenal dalam kalangan masyarakat yang bukan hanya dari masyarakat yang berada di kawasan atau dekat dengan tempat usaha tersebut tetapi yang jauh dari tempat usaha tersebut juga mengetahui tempat tersebut. Bisnis Mie Ayam Mulawarman ini buka dari jam 9.30-15.00 WITA, buka setiap hari kecuali hari libur atau tanggal merah.

Memang tempat Mie Ayam Mulawarman ini terletak di ruang lingkup Komplek Mulawarman, yang di dalamnya terdapat banyak sekolah-sekolah dari mulai SMP, SMK, dan SMA. Nama dari bisnis usaha mikro mie ayam mulawarman ini juga di ambil dari letak atau tempat dari bisnis itu sendiri yang terletak di Jl. Mulawarman, Kecamatan Banjarmasin Tengah.

a. Produk yang Ditawarkan

- 1) Mie Ayam Pentol
- 2) Mie Ayam Ceker
- 3) Mie Ayam Telor

b. Jumlah Karyawan

1) Pemilik :

- a) Bapak Tukirin (Suami)
- b) Ibu (Istri)

2) Karyawan:

- a) Penjaga Parkir

Penjaga parkir cuma satu orang.

- b) Pelayan

Pelayan sebenarnya ada dua, yaitu satu istri dari pemilik warung makan Mie Ayam Mulawarman, dan yang kedua orang lain (karyawan).

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada konsumen yang menjadi responden tentang Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman, maka dapat di kategorikan ada 3 macam golongan yang menjadi konsumen Mie Ayam Mulawarman tersebut antara lain Pelajar, Mahasiswa, Orang Tua / Umum :

Data responden I (pelajar) :

- a. Muhammad Fajri Akbar Saputra, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Soetoyo. S gang 22, Banjarmasin.
- b. Muhammad Yusfiannor Hidayat, 14 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Perdagangan, Komp. HKSN blok 5b No.190.
- c. Aulia Pasca Diprina, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Soetoyo S, Komp. Mutiara
- d. Riska Widiyanti, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Tebus Mantuil, Komp. Bumi Basirih Permai No.12
- e. Raudatul Jannah, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Teluk Tiram, No. 11, Rt.12
- f. Rezka Noviasari, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Jahri Saleh, No. 146, Rt. 20
- g. Ananda Suci Widiari, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Komplek Bumi Basirih permai
- h. Alya Afifah, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Jl. Brigj. H. Hasan Basri, Komplek pondok metro indah, no 06

- i. Yosithya sinthya R.F Br. Pakpahan, 15 Tahun, Pelajar, SMP Negeri 2 Banjarmasin, Alamat Komplek Bumi Basirih permai
- j. Ricky winarsa, 20 Tahun, Pelajar, SMA 2 Mulawarman Banjarmasin, Alamat Jl. Kini Balu

Uraian data I :

Saya memilih mie ayam mulawarman karena dekat dengan sekolah dan enak, banyak pilihan miennya. Saya tertarik karena teman-teman selalu membawa saya ketempat ini. Harga tidak mahal karena pas dengan uang saku. Pelayanannya baik, namun ketika tempat ini penuh, pelayanannya cukup lama. Tempat tidak terlalu jauh. Mendapatkan informasi dari teman-teman sekolah. Tidak terlalu sering ke Mie Ayam Mulawarman.¹

Uraian data II :

Karena tempatnya dekat dengan sekolah, murah dan rasa miennya enak. Harganya sangat cocok untuk kantong pelajar. Pelayanan baik, ramah, dan cepat. Tempat sangat jauh dari rumah. Dapat informasi dari teman-teman dan sosial media path. Tidak terlalu sering.²

Uraian data III :

Karena rasanya enak dan banyak pilihan mie ayamnya. Karena satu-satunya mie ayam yang terdekat dari sekolah. Harga tidak mahal, karena pas untuk

¹ Hasil wawancara konsumen data a, b, c, dan j. Hari Hari Rabu Tanggal 13 Mei 2015, Jam 12.00 WITA.

² Hasil wawancara konsumen data d, e, f, g, h. Hari Hari Rabu Tanggal 13 Mei 2015, Jam 12.20 WITA.

kalangan pelajar. Pelayannya sangat baik dan ramah. Sangat jauh tempatnya. Dari informasi teman-teman, tidak terlalu sering.³

Uraian data IV :

Karena ini kesukaan kami bersama, dan karena enak dan sering dibayari. Harga tidak mahal. Pelayanan mencukupi. Tempat Mie Ayam Mulawarman sangat dekat dari rumah. Informasi dari teman-teman. Lumayan sering.⁴

Data responden II (Mahasiswa)

- a. Muhammad Rasyid, 21 Tahun, Mahasiswa Akper Kesdam, Alamat Jl. Kelayan B, gang Baja, Banjarmasin
- b. Ricky, 21 Tahun, Mahasiswa Akper Kesdam, Alamat Jl. TTD, gang H.Saadah no.32, Banjarmasin Barat
- c. Rizky Rahimah Fitri, 21 Tahun, Mahasiswi Akper Kesdam, Alamat Jl. AMD Komp. Buana Permai Blok B, Alalak Tengah Banjarmasin Utara
- d. Muhammad Rijani, 23 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Bina Brata, Gang Rahmat, Banjarmasin
- e. Solihin, 21 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Veteran, Komplek A. Yani 1 RT 16
- f. Jodi Pamungkas, 23 Tahun, Mahasiswa, Alamat Komplek satelit, Blok a, No. 3
- g. M. Reza Riyadi, 23 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Kelayan B, No.1, Kelayan Barat, Banjarmasin Selatan
- h. Suryadi, 24 Tahun, Mahasiswi, Alamat Jl. Pasar lama, gang sulawesi

³ Hasil wawancara konsumen data g dan h. Hari Kamis tanggal 14 Mei 2015, jam 10.30 WITA.

⁴ Hasil wawancara konsumen data i. Hari Kamis tanggal 14 Mei 2015, jam 10.40 WITA.

- i. Wahyudi, 21 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Kayu tangi, cendana
- j. Sugiannor, 23 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Jl. Bina Brata, Gang Rahmat, Banjarmasin

Uraian data I :

Tempatnya strategis, rasanya enak dan banyak pilihan produk. Harga mahal karena saya belum bekerja masih kuliah. Pelayanan lumayan bagus. Tempatnya lumayan jauh. Informasi dari teman. Sering ke Mie Ayam Mulawarman.⁵

Uraian data II :

Karena penasaran, suka dengan Mie Ayam, dan banyak pilihan produknya. Harga standar saja, tidak terlalu mahal. Pelayanan sangat bagus, kecuali pelayanannya lama karena konsumen banyak yang datang. Tempat lumayan jauh. Informasi dari media sosial. Baru pertama kali ke Mie Ayam Mulawarman.⁶

⁵ Hasil wawancara dengan konsumen data a, Hari kamis tanggal 14 mei 2015, jam 13.40 WITA.

⁶ Hasil wawancara dengan konsumen data b dan c, Hari kamis tanggal 14 mei 2015, jam 13.45 WITA.

Uraian data III :

Karena rasanya enak porsi nya agak banyak dari yang lain. Harga tidak mahal. Pelayanan sopan. Tempatnya jauh. Dari informasi teman. Sering ke Mie Ayam Mulawarman.⁷

Data responden III (Umum)

- a. Yudi Adrianadi, 27 Tahun, Wiraswasta, Alamat Jl. HKSN, komplek AMD Permai, No.47
- b. Nila Fina Susanti, 26 Tahun, Ibu rumah tangga, Alamat Jl. HKSN, komplek AMD Permai, No.47
- c. Nia Dewi Yanti Kurnain, 25 Tahun, Karyawan swasta, Alamat Jl. Bandarmasih Komp. DPR. Gg. VI No. 49
- d. Abdullah Syaid, 24 Tahun, wiraswasta, Alamat Jl. PRONA III (Lokasi II), Pemurus baru
- e. Bastiah, 45 Tahun, Ibu rumah tangga, Alamat Jl. Bandarmasih, komplek DPR
- f. Nina Fitri, 24 Tahun, Guru (PAUD), Alamat Pemurus baru, Banjarmasin
- g. Ridwan, 30 Tahun, Belum bekerja, Alamat Jl. Kelayan A
- h. Ifan, 24 Tahun, Pegawai BRI KCP Palapan, Alamat Jl. Sultan adam, sungai andai
- i. Ancoy, 32 Tahun, Wiraswasta, Alamat Jl. Veteran

⁷ Hasil wawancara dengan konsumen data d, e, f, g, h, i, dan j, Hari kamis tanggal 14 mei 2015, jam 14.10 WITA.

j. Melen, 29 Tahun, Wiraswasta, Alamat Jl. Cempaka raya teluk dalam

Uraian Data I :

Karena rasanya enak, dan banyak pilihan produk yang ditawarkan. Harga tidak mahal. Pelayanan lumayan bagus. Tempat tidak terlalu jauh. Informasi dari keluarga. Tidak terlalu sering ke Mie Ayam Mulawarman.⁸

Uraian data II :

Karena suka Mie Ayam dan banyak pilihannya. Harga tidak mahal. Pelayanan kurang cepat apabila banyak pelanggan harus antri. Tempatnya lumayan jauh. Informasi dari teman. Tidak sering ke Mie Ayam Mulawarman.⁹

Uraian data III :

Karena cita rasa yang khas lain dari yang lain dan harga yang terjangkau, harga tidak mahal. Pelayanannya tergantung kalau orangnya rame mungkin agak terlambat. Tempatnya jauh. Dari pengalaman dulu karena dulu saya bersekolah di SMP dan SMA Mulawarman. Sering ke Mie Ayam Mulawarman.¹⁰

⁸ Hasil wawancara dengan konsumen data a, b, c, d, e, dan f. Hari Jum'at tanggal 15 mei 2015, jam 9.10 WITA.

⁹ Hasil wawancara dengan konsumen data g, h, dan i. Hari Jum'at tanggal 15 mei 2015, jam 14.10 WITA.

¹⁰ Hasil wawancara dengan konsumen data j. Hari Jum'at tanggal 15 mei 2015, jam 14.20 WITA.

B. Rekapitulasi Data Dalam Bentuk Matriks

Pada bagian ini penulis menyajikan secara ringkas, data yang telah di uraikan dalam bentuk matriks, dari hasil wawancara dengan konsumen mie ayam mulawarman adalah sebagai berikut :

C. Analisis Data

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang penulis lakukan dan telah disusun dalam bentuk penyajian data, maka analisis data yang menjadi pokok dalam pembahasan adalah menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

1. Analisis faktor apa yang menjadikan Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman di Kota Banjarmasin

Sesuai dengan apa yang peneliti ketahui dilapangan, preferensi dari konsumen atau biasa juga disebut kecenderungan, minat dari para konsumen dari Mie Ayam Mulawarman ini sangatlah fenomenal. Bisa dikatakan seperti itu karena berdasarkan penelitian lapangan yang melalui wawancara peneliti memberikan pertanyaan dalam wawancara tersebut kemudian konsumen yang dijadikan responden, maka dapat di ketahui apa yang menjadikan Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman.

Pemilik Mie Ayam Mulawarman ini mengatakan bahwa setiap harinya warung atau bisnis miliknya ini tidak pernah sepi. Maka dari itu, penghasilan yang didapat juga setiap harinya bisa didapat lumayan.

Di dalam produk Mie Ayam Mulawarman ada 3 produk yang ditawarkan :

a. Mie Ayam pentol

Mie Ayam pentol ini di tetapkan harga jual per porsi/per mangkoknya adalah sebesar Rp. 11.000,-. Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya menurut pesanan konsumen terhitung 50 porsi/hari. Pendapatan yang dihasilkan

per bulannya penghasilan yang didapat oleh pemilik untuk produk pertama yaitu Mie Ayam Pentol adalah kalau dihitung sekitar Rp.550.000,-/50 porsi.

b. Mie Ayam Ceker

Mie Ayam Ceker merupakan produk kedua yang ditawarkan kepada konsumen Mie Ayam Mulawarman. Harga yang ditetapkan oleh pemilik Mie Ayam Mulawarman untuk Mie Ayam Ceker adalah Rp. 12.000,-. Sebenarnya harga dari Mie Ayam Ceker ini sesuai banyaknya Ceker Ayam yang diinginkan oleh konsumen. Harga satu Ceker Ayam Rp.1.000,-. Pendapatan yang dapat dihasilkan perbulannya untuk produk yang kedua yaitu Mie Ayam Ceker yaitu Rp. 600.000,-/50 porsi.

c. Mie Ayam Telor

Mie Ayam telor merupakan produk ketiga yang ditawarkan kepada konsumen. Harga yang ditetapkan oleh pemilik Mie Ayam Mulawarman untuk Mie Ayam Telor adalah Rp. 15.000,-. Mie Ayam Telor ini agak mahal dari dua produk lainnya. Tetapi, produk yang satu ini lumayan diminati. Pendapatan yang didapat perbulannya untuk produk yang ketiga yaitu Mie Ayam Telor yaitu Rp. 750.000,-/50 porsi.

Dalam teori preferensi konsumen, konsumen membeli dan mengonsumsi produk bukan hanya sekedar nilai *fungsionalnya* saja, namun juga karena nilai sosial dan *emosionalnya*. Pembelian dilakukan atas dasar kemampuan produk untuk *menstimulasi* dan memuaskan emosi.¹¹

Terdapat tiga sifat dasar dalam melakukan sebuah pilihan (preferensi), yaitu:

¹¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 105.

1. Kelengkapan (*Completeness*)

Jika individu dihadapkan pada situasi, A dan B maka ia dapat selalu menentukan secara pasti salah satu dari tiga kemungkinan berikut ini:

- a. A lebih disukai dari pada B
- b. B lebih disukai daripada A
- c. A dan B sama-sama disukai

Setiap konsumen jika dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada seperti dalam Kasus Mie Ayam Mulawarman yang mempunyai tiga pilihan produk maka seperti itu lah Konsumen yang menjadi responden tersebut. Dengan kata lain dari serangkaian kombinasi dari produk yang bisa memberikan tingkat kepuasan sama, konsumen mampu memilih kombinasi yang paling diinginkan atau beberapa produk yang sekaligus memberinya kepuasan yang sama. Karena konsumen mengetahui nilai utilitas dari semua pilihan.

2. Transitivitas (*Transitivity*)

Sesuai dengan Hasil wawancara yang peneliti lakukan maka di sesuaikan dengan konsep Jika bagi seseorang atau konsumen dalam memilih produk “A lebih disukai daripada B” dan “B lebih disukai daripada C” maka baginya “A harus disukai daripada C”, asumsi ini menyatakan bahwa individu bersifat konsisten secara internal. Konsumen senantiasa konsisten dalam membuat pilihan antara berbagai macam produk seperti produk yang ada di Mie Ayam Mulawarman diantaranya Mie Ayam Pentol, Mie Ayam Telor, Mie Ayam Ceker.

3. Kontinuitas (*Continuity*)

Jika bagi seseorang “A lebih disukai daripada B”, maka situasi-situasi yang secara cocok mendekati A, harus juga lebih disukai daripada B.¹² Dengan ketiga produk Mie Ayam Mulawarman maka hal yang di uraikan diatas bahwa produk yang akan dikonsumsi tidak akan merasa puas dengan satu produk yang erat kaitannya dengan preferensi konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan.

Berkaitan dengan teori konsumen, kesimpulan-kesimpulan yang dapat dihasilkan oleh teori konsumen antara lain ialah bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli sesuatu barang terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh, terhadap berubahnya harga barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya harga barang-barang yang berhubungan dengan barang yang bersangkutan, terhadap cita rasa yang dimilikinya.¹³

Maka dari itu Mie Ayam Mulawarman yang memiliki tiga produk yang ditawarkan kepada konsumen yaitu Mie Ayam Pentol, Mie Ayam Telor, dan Mie Ayam Ceker, diminati (preferensi) karena adanya pilihan produk tersebut dan juga Cita Rasa khas yang dimiliki oleh Mie Ayam Mulawarman itulah yang menjadikan preferensi konsumen terhadap Usaha Mikro Mie Ayam Mulawarman.

¹² Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 37

¹³ Soediyono Reksoprayitno, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta, 2000) Edisi Millennium, Cetakan 1 h. 143.

2. Analisis Produsen Mie Ayam Mulawarman di Kota Banjarmasin dalam menjaga eksistensi preferensi konsumen

Dari hasil wawancara dengan pemilik Mie Ayam Mulawarman (produsen), pendapatan kotor dari hasil penjualan Mie Ayam Mulawarman ini di setiap harinya mencapai Rp. 2.000.000,-. Bapak Tukirin sebagai pemilik Mie Ayam Mulawarman menjelaskan kendala yang dihadapi pada saat penjualan Mie Ayam Mulawarman itu yaitu apabila bahan pokok naik, maka sewaktu-waktu ia harus menaikkan harga Mie Ayam Mulawarman. Dengan dinaikkannya harga Mie Ayam Mulawarman untuk ketiga produk tersebut, tidak ada konsumen yang protes, saat dijelaskan bahwa bahan pokok, dan juga konsumen pada saat menanyakan kenapa harga Mie Ayam Mulawarman mereka atau para konsumen tidak merasa dirugikan. Selain itu, kendala yang lain selain dari apabila cuaca tidak mendukung seperti hujan, maka konsumen agak berkurang, kecuali konsumen yang mempunyai kendaraan pribadi seperti mobil. Kemudian yang menjadi kendala adalah tempat penjualan Mie Ayam Mulawarman yang tidak terlalu besar, oleh karenanya pada saat konsumen yang berkunjung pada saat itu ramai, maka konsumen harus menunggu yang datang terlebih dahulu selesai. Strategi yang digunakan oleh pemilik Mie Ayam Mulawarman agar dapat menjaga eksistensi preferensi konsumen terhadap Mie Ayam Mulawarman adalah yaitu dengan menjaga kebersihan, pelayanan yang bagus, untuk tempat masih tetap seperti itu karena tidak dapat di perbesar lagi, dan yang lebih penting adalah

konsisten dengan cita rasa Mie Ayam Mulawarman yang membuatnya berbeda dari Mie Ayam yang lain.¹⁴

Dalam hal pemenuhan kebutuhan hidupnya seseorang tidak akan lepas dari banyak pertimbangan, dalam hal ini antara satu orang dengan yang lain pertimbangannya tidak selalu sama, ada yang mempertimbangkan kebutuhannya, kualitasnya, gengsinya, harganya, dimana membelinya, dikenal atau tidaknya dan sebagainya. Seorang produsen yang jeli pasti memperhatikan bagaimana cara seorang konsumen memperoleh informasi. Pemasar perlu mengetahui kebutuhan spesifik konsumen yang akan dipuaskannya, dan bagaimana menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam kriteria pembelian. Pemasar perlu memahami bagaimana konsumen mengumpulkan informasi yang berkenaan dengan berbagai alternatif dan menggunakan informasi itu untuk memilih produk atau merek.

Dalam hal ini, yang harus menjadi perhatian utama pemasar adalah mengetahui sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh setiap sumber terhadap keputusan pembelian. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok :

1. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
3. Sumber publik: media massa, organisasi penentu peringkat konsumen.
4. Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

Berdasarkan dari penjelasan dan teori-teori diatas yang telah dikemukakan oleh beberapa literatur yang peneliti dapatkan seharusnya produsen selaku pemilik

¹⁴ Hasil wawancara dengan pemilik Mie Ayam Mulawarman yaitu Bapak tukirin, Hari Jum'at tanggal 8 Mei 2015, Jam 14.30 WITA.

Mie Ayam Mulawarman ini mengkaji lebih dalam lagi tentang konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya dari preferensi konsumen terhadap Mie Ayam Mulawarman. Sedangkan strategi yang digunakan oleh pemilik Mie Ayam Mulawarman dari hasil wawancara dengan pemilik (produsen) agar dapat menjaga eksistensi preferensi konsumen terhadap Mie Ayam Mulawarman yaitu hanya dengan menjaga kebersihan, pelayanan yang bagus, untuk tempat masih tetap seperti itu karena tidak dapat di perbesar lagi, dan yang lebih penting adalah konsisten dengan Cita Rasa Mie Ayam Mulawarman yang membuatnya berbeda dari Mie Ayam yang lain.

Selain dari itu pemasar atau produsen harus mengetahui seluk beluk konsumen hal yang dapat menjadi acuan yaitu dalam teori bauran pemasaran, yang membahas tentang 4P antara lain harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), produk (*product*). Setelah mengetahui bauran pemasaran yang 4P tersebut maka produsen nanti dapat menentukan langkah apa yang akan di ambil agar konsumen memberikan keputusannya untuk melakukan pembelian terhadap usaha miliknya.

Dalam islam, konsumsi tidak hanya berkenaan dengan makanan, minuman, dan pemenuhan kebutuhan materiel lainnya, tetapi juga berkenaan dengan tujuan akhir konsumsi, firman Allah :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu" (Q.S. Annisa : 29)

Barang-barang yang boleh dikonsumsi hanyalah yang halal saja, tidak boleh seseorang mengonsumsi barang-barang yang haram. Umat Islam harus menjalankan usaha-usaha yang halal, jauh dari unsur perjudian dan penipuan, meliputi bahan baku, proses produksi, manajemen, output produksi hingga proses distribusi, dan konsumsi harus dalam kerangka halal. Seperti halnya ayat di atas yang menjelaskan bahwa dalam tinjauan Ekonomi Syariah atau Ekonomi Islam agar umat Islam seperti halnya produsen tidak memakan harta sesama melalui jalan yang bathil kecuali dengan perniagaan atau berdagang, yang dilakukan dengan suka sama suka.