

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Kawasan Wisata Kuliner Baiman

Kawasan Wisata Kuliner Baiman adalah tempat atau area tempat para pedagang berbagai macam makanan, jajanan, panganan dan minuman. Pedagang yang berjualan di kawasan ini merupakan pedagang kaki lima yang sebelumnya berjualan di sekitaran jalan Ahmad Yani Banjarmasin, dan kemudian dilakukan penertiban dan relokasi untuk penataan jalan, meskipun sudah ada beberapa yang merupakan pedagang baru yang bukan relokasi.

Letak dari Kawasan Wisata Kuliner Baiman berada pada jalan utama yang menghubungkan jalan utama Ahmad Yani Km. 3, jalan Gatot Subroto, dan jalan Lingkar Dalam Selatan, atau berdekatan dengan *fly over*. Kawasan ini juga berdekatan dengan perkantoran, lembaga pendidikan, pusat perbelanjaan, perhotelan, dan perumahan warga.

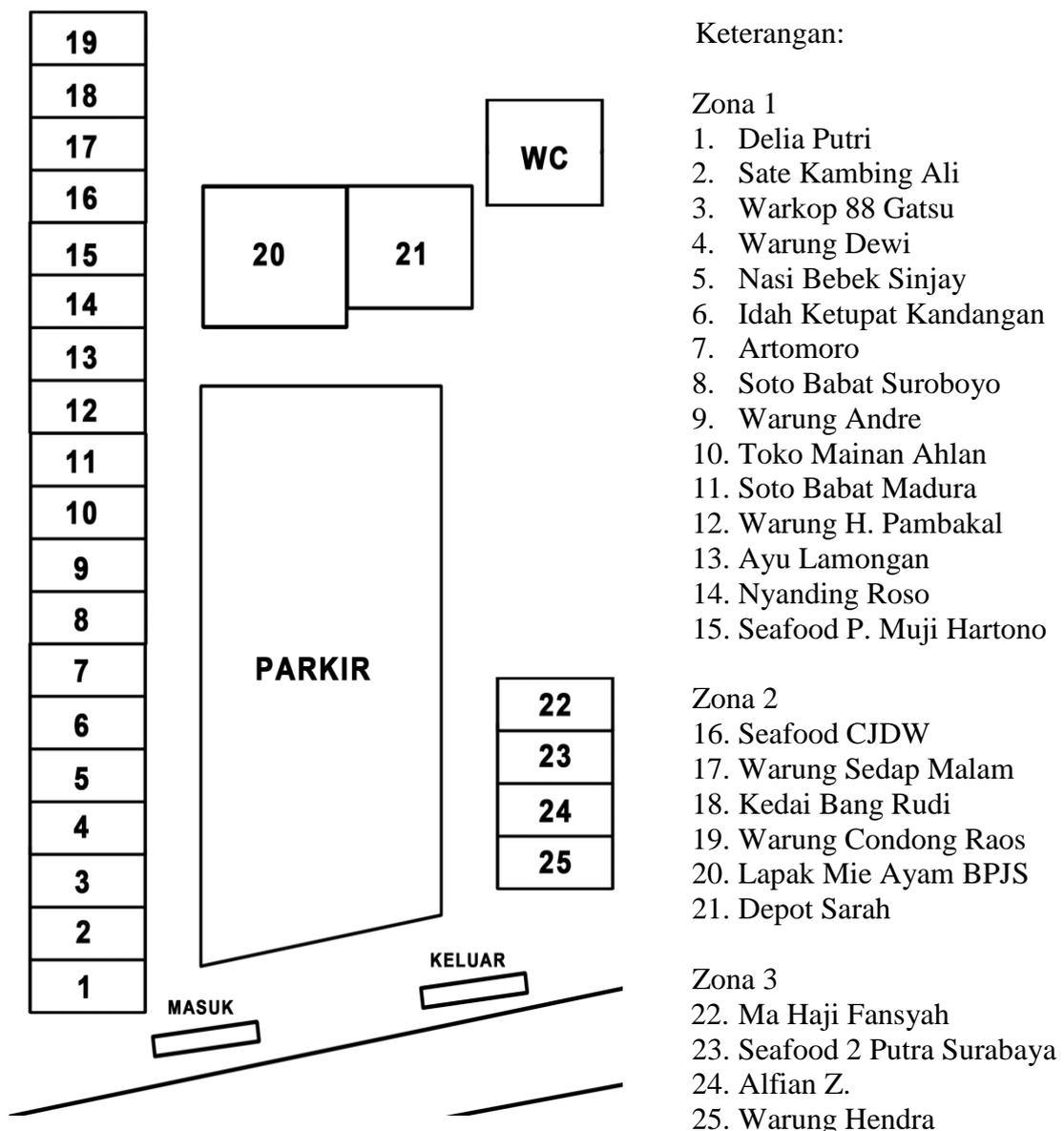
Dari observasi dan wawancara dengan Ketua Paguyuban Kuliner Baiman, Arbain, pada mulanya pedagang Kuliner Baiman berjumlah 68 pedagang pada saat peresmiannya. Namun, setelah beberapa lama, sekarang ini hanya tersisa 25 pedagang, dan hanya 18 pedagang yang merupakan relokasi dari pedagang kaki lima jalan Ahmad Yani.¹

Selain bentuk paguyuban pada wisata Kuliner Baiman, juga dikelola oleh Pemerintah Kota Banjarmasin melalui Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja. Sehingga para pedagang harus membayar uang sewa lapak dengan harga

¹Arbain, Ketua Paguyuban Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 30 Desember 2019.

yang berbeda-beda. Di tahun pertama para pedagang diberikan bantuan 100 juta rupiah secara keseluruhan. Bagi pedagang relokasi akan mendapatkan lapak dengan biaya 5 juta rupiah pertahun, sedangkan jika pedagang ingin menambah lapak atau yang bukan pedagang relokasi harga sewa sebesar 6 juta rupiah pertahun. Akan tetapi, harga tersebut masih bisa berbeda tergantung ukuran dari lapak tersebut.

Gambar 4.1 Ilustrasi KWK Baiman



Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Pembangunan Kawasan Wisata Kuliner Baiman dilatarbelakangi dari keinginan Pemerintah Kota Banjarmasin menciptakan ketertiban dan kenyamanan di sepanjang jalan Ahmad Yani, baik dari kilometer satu sampai dengan batas kota –kilometer 6-. Sepanjang jalan tersebut biasanya ramai dengan para pedagang kaki lima membuka tenda atau lapak yang dapat dibongkar susun pada pukul 16.00 sampai dengan tengah malam. Pemerintah Kota Banjarmasin merasa perlu untuk menata para pedagang yang dianggap merusak pemandangan di jalan pintu masuk utama ke kota, dan juga dikatakan sebagai *black economy*—kegiatan ekonomi yang tidak sesuai aturan- di pinggir jalan.

Pedagang kaki lima yang berjualan di atas trotoar dan berdekatan dengan parit itu juga dianggap tidak higienis. Pemerintah mempertanyakan bagaimana sanitasi untuk mencuci bahan dan peralatan makanan. Selain itu, para pedagang yang ingin buang air diragukan kemana melakukannya.

Pemerintah Kota Banjarmasin mengaku melakukan relokasi dengan cara persuasif tanpa melibatkan Satuan Polisi Pamong Praja, dan musyawarah dengan berbagai pihak termasuk para pedagang itu sendiri. Sehingga dibangunlah Kawasan Wisata Kuliner Baiman yang diresmikan pada tanggal 25 Januari 2017 di jalan Lingkar Dalam Selatan dengan lokasi yang telah dipertimbangkan.²

B. Penyajian Data

Pada pengumpulan data, penulis mengumpulkan 8 Informan yang merupakan para pedagang dan telah dilakukan wawancara. Kedelapan orang

²Sojuangan Hutauruk, Kepala Bidang Koperasi Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 7 Januari 2020.

tersebut merupakan sampel dari tiga zona yang telah dibagi sebelumnya. Adapun hasil wawancara sebagai berikut:

1. Informan Pertama

Nama : Budi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 35 tahun
Nama Warung : Warung Delia Putri
Jenis Makanan : Masakan ayam, ikan, dan seafood
Zona : 1

Warung Delia Putri termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Tetapi lokasi yang diberikan berada di belakang (zona 2), karena banyak lapak disekitar banyak yang tutup dan ada lapak yang kosong dibagian depan (zona 1), akhirnya Informan Pertama memindahkan lapak mereka. Informan Pertama menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua setengah buah, dengan biaya sewa pertahunnya sebesar 15 juta rupiah.

Informan Pertama memperkirakan pendapatan warungnya perhari mencapai 3 juta rupiah jika sedang ramai dan tidak hujan. 3 juta rupiah tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 100 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Pertama menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 15.30 sampai dengan 01.00. Hari yang dianggap ramai adalah Kamis, Sabtu, Minggu, dan Senin, namun hari Minggu yang paling ramai.

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Warung Delia Putri adalah menggunakan teknologi media sosial dan juga kerjasama dengan ojek daring. Selain dengan akun media sosial khusus dagangan, pelanggan juga turut mempromosikannya dengan akun mereka masing-masing. Di sisi lain Informan Pertama mengaku pelayanan yang baik merupakan kunci agar pelanggan tidak kecewa, dan memberikan pelayanan dengan cara pelanggan dapat memesan tingkat kepedasan masakan. Sehingga meskipun menu bervariasi, kualitas masakan tetap terjaga dan selalu diutamakan, khususnya dengan memiliki penyuplai bahan utama masakan. Diakui meskipun berpindah tempat dari belakang ke depan tidak banyak berpengaruh karena memang kebanyakan merupakan pelanggan tetap yang senang dengan masakan pedas. Sedangkan kendala yang dihadapi menurutnya adalah modal yang kurang, harapannya dengan modal tersebut dapat memperbesar dan merenovasi lapak yang saat ini ditempati.³

2. Informan Kedua

Nama : Muji Hartono
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 40 tahun
Nama Warung : Seafood P. Muji Hartono
Jenis Makanan : Masakan ayam dan seafood
Zona : 1

Warung Seafood P. Muji Hartono termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Informan Kedua menyebutkan

³Budi, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 13 Januari 2020.

mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi empat buah, dengan biaya sewa pertahunnya sebesar 20 juta rupiah.

Informan Kedua memperkirakan pendapatan warungnya perhari kisaran 2,5 juta sampai dengan 3 juta rupiah jika sedang ramai. Pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 50 sampai dengan 60 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Kedua menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 16.00 sampai dengan 01.00. Hari yang dianggap ramai adalah Jum'at, Sabtu, dan Minggu.

Memiliki pelanggan tetap yang harus terus dijaga Informan Kedua mengatakan harus selalu memenuhi menu yang tertulis agar tidak ada yang kosong, karena menurutnya ketika ada menu yang kosong pelanggan akan pergi. Di sisi lain, harga yang stabil dan bersaing juga merupakan upaya menjaga agar pelanggan tetap kembali, selain dari menjaga kualitas rasa dan kebersihan tempat. Warung Seafood P. Muji Hartono juga melakukan kerjasama dengan ojek daring. Kendala yang ia hadapi saat ini adalah persaingan dengan pedagang lain yang ditempatkan di dalam satu area, sehingga menurutnya pendapatan lebih sepi jika dibandingkan dengan di pinggir jalan Ahmad Yani.⁴

3. Informan Ketiga

Nama	: Ayu
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 20 tahun
Nama Warung	: Warung Ayu Lamongan
Jenis Makanan	: Aneka masakan ayam, bebek, dan ikan

⁴Muji Hartono, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 13 Januari 2020.

Zona : 1

Warung Ayu Lamongan termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Informan Ketiga menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua buah, dengan biaya sewa pertahunnya sebesar 10 juta rupiah.

Informan Ketiga memperkirakan pendapatan warungnya perhari mencapai 1 juta rupiah jika sedang ramai dan tidak hujan dan sekitar 200 sampai 500 ribu rupiah saat sepi. pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 30 orang, kebanyakan berasal dari ojek daring. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Ketiga menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 15.00 sampai dengan 04.00. Hari yang dianggap ramai adalah Sabtu atau malam Minggu.

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Informan Ketiga adalah bekerjasama dengan ojek daring, dan memang banyak mendatangkan pelanggan. Informan Ketiga juga mengelola akun media sosial untuk memasarkan dagangannya. Meskipun banyak yang memesan lewat kurir, Informan Ketiga tetap menjaga pelayanan yang baik dan mengutamakan kepuasan pelanggan. Bahkan yang ingin menambah sambal dan lalapan akan diberikan secara gratis. Selain itu juga memberikan fasilitas seperti televisi. Dari usaha-usaha pengembangan tersebut, harga bahan baku menjadi kendala utama yang mengharuskan Informan Ketiga menaikkan harga dagangannya.⁵

4. Informan Keempat

Nama : Yuli

⁵ Ayu, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 25 Juni 2020.

Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 32 tahun
Nama Warung : Warung Soto Babat Madura
Jenis Makanan : Soto babat, soto daging, dan soto ayam
Zona : 1

Warung Soto Babat Madura merupakan relokasi dan menempati Kawasan Wisata Kuliner Baiman dari awal, bahkan berjualan mulai dari tahun 1998. Informan Keempat tidak menambah blok lapak, sehingga hanya membayar 5 juta rupiah pertahunnya. Meski dirasa cukup sempit, Informan Keempat tetap tidak menambah lapak.

Pendapatan yang dihasilkan berkisar 500 ribu rupiah, dan jumlah tersebut didapat pada saat pengunjung ramai. Informan Keempat membuka warungnya mulai dari pukul 15.00 sampai dengan pukul 01.00, dengan pelanggan yang datang biasanya mencapai 25 sampai dengan 30 orang. Saat yang paling ramai adalah akhir pekan, meskipun tidak seramai saat berjualan di pinggir jalan Ahmad Yani sebelumnya.

Meski memiliki pelanggan tetap, Informan Keempat merasa tidak seramai sebelum relokasi. Pelayanan yang ramah selalu diberikan dan terus menjaga cita rasa masakannya yang didapat secara turun-temurun. Selain mengandalkan pelanggan yang datang, Informan Keempat juga bekerjasama dengan ojek daring. Dan kendala yang dihadapi berkaitan dengan modal usaha dan bahan baku yang naik.⁶

⁶ Yuli, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 25 Juni 2020.

5. Informan Kelima

Nama	: Masiah
Jenis Kelamin	: Perempuan
Umur	: 35 tahun
Nama Warung	: Lapak Mie Ayam BPJS
Jenis Makanan	: Mie ayam, bihun, kwietiau, ayam, ikan, dan bebek
Zona	: 2

Warung Mie Ayam BPJS termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Informan Kelima menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua buah karena merasa sangat sempit jika hanya satu buah, dengan biaya sewa pertahunnya sebesar 11 juta rupiah.

Informan Kelima memperkirakan pendapatan warungnya perhari kisaran 2,5 juta sampai dengan 4 juta rupiah jika sedang ramai. Pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 100 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Kelima menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 15.00 sampai dengan 00.00. Hari yang dianggap ramai adalah akhir pekan.

Memiliki banyak pelanggan tetap, Informan Kelima memiliki cara pengembangan dengan memberikan keramahan pelayanan yang menjadikan pelanggan seperti keluarga dekat, contoh jika pelanggan adalah anak sekolah, maka dianggap anak sendiri. Uniknya, promosi yang dilakukan menggunakan media sosial tapi oleh teman-teman Informan Kelima. Dari segi masakan, ia berusaha untuk membedakan rasa dengan warung yang lainnya khususnya pada

mie ayam yang diakui tidak seperti mie ayam di Banjarmasin lainnya. Informan Kelima juga menerima catering dan tidak pernah menaikkan harga untuk menjaga pelanggan-pelanggannya serta menambah variasi menu.⁷

6. Informan Keenam

Nama : Tuti
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 31 tahun
Nama Warung : Sedap Malam
Jenis Makanan : Nasi dan mie goreng, kwetiau, capcay dan lalapan
Zona : 2

Warung Sedap Malam termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Informan Keenam menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua buah, dengan biaya sewa keduanya pertahunnya sebesar 11 juta rupiah.

Informan Keenam memperkirakan pendapatan warungnya perhari kisaran 300 ribu rupiah jika sedang ramai. Pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 15 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Keenam menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 16.30 sampai dengan 01.00. Hari yang dianggap ramai adalah malam Minggu dan malam Senin.

Informan Keenam dalam mengembangkan usahanya berkeinginan untuk bekerja sama dengan ojek daring, akan tetapi masih belum tahu caranya dan kantor dari ojek daring tersebut. Meski tidak bekerja sama dengan ojek daring, ia

⁷Masih, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 14 Januari 2020.

tetap menerima pesanan dari pelanggannya. Ia mengatakan selalu menjaga kualitas makanan dan masakan, agar pelanggan dari lokasi sebelumnya tetap datang ke tempatnya. Selain itu, pelayanan ramah, membuat tempat lesehan, dan menyediakan tempat untuk pengisi daya telepon genggam merupakan caranya dalam mengembangkan usaha.

Menurut Informan Keenam, kesulitannya saat ini adalah kesamaan menu dari para pedagang yang ada di Kawasan Wisata Kuliner Baiman, seperti lalapan yang hampir semua warung memilikinya. Jika dibandingkan dengan di pinggir jalan, lebih ramai saat itu, karena ia berpindah cukup jauh dari tempat semula. Fasilitas mushalla yang tidak terawat dan tata letak lapak yang tidak efisien serta tidak sesuai dengan musyawarah awal juga merupakan kendalanya saat ini.⁸

7. Informan Ketujuh

Nama : Alfiansyah Zunaidi
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Umur : 36 tahun
 Nama Warung : Warung Alfian Z.
 Jenis Makanan : Masakan kambing seperti tongseng dan sate ayam
 Zona : 3

Warung Alfian Z. termasuk pengisi lapak paling awal dari mulai diresmikan, dan memang pedagang relokasi. Informan Ketujuh menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua buah, dengan biaya sewa keduanya pertahunnya sebesar 11 juta rupiah.

⁸Tuti, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 Januari 2020.

Informan Ketujuh memperkirakan pendapatan warungnya perhari kisaran 400 ribu sampai dengan 600 ribu rupiah jika tidak ramai, kalau sedang ramai bisa mencapai 1 juta rupiah. Pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 20 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Ketujuh menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 18.00 sampai dengan 01.00. Hari yang dianggap ramai adalah malam Jum'at, malam Minggu, dan malam Senin.

Menjaga kualitas makanan dan kebersihan tempat menjadi cara Warung Alfian Z. dalam mengembangkan usahanya. Memberikan pelayanan yang ramah dan juga memanfaatkan teknologi juga dilakukan, seperti bekerja sama dengan ojek daring dan membuat akun media sosial. Selain itu, ia juga ingin merenovasi sedikit lapak yang ia tempati, namun masih takut jika sewaktu-waktu dipindahkan lagi karena masih sewa. Meskipun mempunyai pelanggan tetap dari lokasi sebelumnya, Informan Ketujuh mengaku lebih ramai saat di pinggir jalan Ahmad Yani. Informan Ketujuh mengaku tidak memiliki kendala dalam usahanya.⁹

8. Informan Kedelapan

Nama : Helwanda Patra
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Umur : 31 tahun
 Nama Warung : Ma Haji Fansyah
 Jenis Makanan : Ayam dan itik panggang
 Zona : 3

⁹Alfiansyah Zunaidi, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 24 Januari 2020.

Warung Ma Haji Fansyah termasuk pengisi lapak yang baru, mulai ikut berdagang di Kawasan Wisata Kuliner pada tahun 2018 dan bukan pedagang relokasi, dan sudah berpindah dari lokasi awal. Informan Kedelapan menyebutkan mereka menambah lapak dari awalnya satu buah menjadi dua buah, dengan biaya sewa keduanya perbulannya sebesar 1,2 juta rupiah, sehingga pertahunnya harus membayar 14,4 juta rupiah.

Informan Kedelapan memperkirakan pendapatan warungnya perhari kisaran 200 ribu sampai dengan 500 ribu rupiah. Pendapatan tersebut didapat dari pelanggan yang datang kurang lebih 5 sampai dengan 7 orang. Meskipun fluktuatif dan tidak menentu, Informan Kedelapan menyebut rata-rata pelanggan perharinya sebanyak itu dengan jam operasional pukul 12.00 sampai dengan 22.00. Saat yang dianggap ramai adalah ketika libur sekolah dan pada saat bulan ramadhan.

Informan Kedelapan kesulitan dalam menyebutkan usaha untuk mengembangkan dagangannya. Kemudian ia menjelaskan setelah berpindah dari lapak sebelumnya yang juga di Kawasan Wisata Kuliner Baiman, ia menambahkan *banner* untuk menarik pelanggan, menambahkan lampu hias, dan menyediakan televisi. Informan Kedelapan juga menambah kanopi di depan lapaknya untuk memudahkannya dalam memanggang masakan. Memberikan pelayanan dan meningkatkan kualitasnya juga diakuinya sebagai usahanya. Selain itu, meskipun tidak menggunakan media sosial tetapi ia bekerja sama dengan ojek daring.

Informan Kedelapan merasa modal menjadi kendala terbesarnya. Modal tersebut ingin dipakainya untuk menambah lapak karena yang ada terasa sempit

dan juga membuat papan nama warung yang besar. Hal tersebut menurutnya penting dilakukan karena saat parkir penuh warungnya tertutup oleh kendaraan. Dukungan pengelola/pemerintah dalam pengembangan Kawasan Wisata Kuliner juga dirasa kurang, seperti membuat *event* di kawasan tersebut, dan parkir yang tidak ada penerangan dan becek saat hujan karena lama tidak diperbaiki oleh pemerintah. Terlebih lagi modal untuk bahan masakannya cukup tinggi sehingga ia harus menjual dengan harga yang dapat terbilang mahal. Modal yang tanggung dirasa menjadikan sulit mewujudkan ide-idenya untuk pengembangan usaha dan untuk dapat bertahan bersaing.¹⁰

C. Analisis Data

1. Pengembangan Usaha Pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman Banjarmasin

Pelaku usaha yang muslim haruslah selalu berpegang teguh pada arah dan maksud penciptaan atau fungsi hidupnya sebagai pebisnis, sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S. adz-Dzariyaat/51:56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

“dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”

Berdasarkan ayat di atas, arah dan maksud didirikannya bisnis syariah adalah, untuk:

- a. Ibadah;
- b. Kemaslahatan umat manusia;

¹⁰Helwanda Patra, Pedagang Kuliner Baiman, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 Januari 2020.

- c. Mendapatkan profit yang layak;
- d. Menjaga kelangsungan usaha (kontinuitas);
- e. Membangun citra yang bangun;
- f. Ikut serta memecahkan masalah sosial;
- g. Memenuhi kebutuhan hidup masyarakat;
- h. Menciptakan nilai tambah
- i. Memperoleh barokah
- j. Menciptakan manfaat dan kesejahteraan¹¹

Selain dengan arah dan maksud, ada pula asas hukum berbisnis dalam Islam. Asas hukum berbisnis dalam Islam seperti yang disebutkan Zainuddin Ali bahwa ekonomi syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus kepada '*amar ma'ruf nahi munkar*' yang berarti mengerjakan yang benar dan meninggalkan yang salah. Ketika seorang muslim terlibat dalam kegiatan bisnis, hendaknya seorang pebisnis memahami tiga asas pokok Islam yaitu:

- a. Allah adalah pemilik dunia dan seluruh isinya dan hanya Allah yang dapat mengatur semuanya menurut apa yang Dia kehendaki. Harta adalah pemegangan amanah dari Allah atas harta yang sepenuhnya dimiliki oleh Allah;
- b. Allah adalah pencipta seluruh makhluk hidup dan semua makhluk hanya tunduk kepada-Nya;
- c. Iman kepada hari kiamat. Keimanan akan datangnya hari kiamat akan membuat perilaku ekonomi orang muslim berjalan sesuai dengan

¹¹Ariyadi, *Op.cit*, hlm. 20.

syariat karena hal yang dilakukan di dunia akan dipertanggungjawabkan di hari akhir nanti¹²

Dari penjelasan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa dalam melakukan perniagaan dalam bentuk apapun haruslah selalu tunduk kepada Allah sebagai Sang Pencipta. Tugas manusia adalah berusaha untuk memberikan seluruh kemampuannya untuk mengembangkan perniagaannya, agar maksud dan perintah Allah dapat terus dijalankan.

Kegiatan pengembangan usaha, seorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki ide usaha

Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber, seperti keberhasilan bisnis orang lain atau timbul dari dirinya sendiri.

b. Penyaringan ide/konsep usaha

Wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang lebih spesifik dan menilai kelayakannya.

c. Pengembangan rencana usaha

Komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan.

d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

¹²*Ibid.*, hlm. 21.

Kegiatan implementasi rencana usaha, wirausahawan akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan, seperti: modal, sarana, dan tenaga kerja.¹³

Penjelasan di atas memberikan garis besar bahwa sebuah usaha harus melawati tahapan-tahapan untuk dapat berkembang. Jika membangun usaha dari nol maka perjalanan yang dilalui tidak akan singkat, sehingga perlu kesinambungan dalam menjalankan usaha. Para pedagang di Kawasan Wisata Kuliner Baiman merupakan pedagang yang sebelumnya telah berdagang di lokasi jalan Ahmad Yani. Deskripsi keadaan usaha para pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman yang dibagi menjadi tiga zona berdasarkan lokasi atau letak lapaknya adalah sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.1 Keadaan Usaha Para Pedagang

Zona	Warung	Pendapatan (perhari)	Durasi Operasional (jam)	Pengunjung (orang/perhari)	Mulai
1	Delia Putri	3 juta	9,5	100	Awal diresmikan
	Seafood P. Muji Hartono	2,5-3 juta	9	50-60	Awal diresmikan
	Warung Ayu Lamongan	500ribu-1 juta	13	20-30	Awal diresmikan
	Warung Soto Babat Madura	500 ribu	10	25-30	Awal diresmikan
2	Lapak Mie Ayam BPJS	2,5-4 juta	9	100	Awal diresmikan
	Sedap Malam	300 ribu	8,5	15	Awal diresmikan
3	Warung Alfian Z.	400 ribu-1 juta	7	20	Awal diresmikan
	Ma Haji Fansyah	200-500 ribu	10	5-7	2018

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

¹³Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hlm.153.

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat disparitas pendapatan dan pelanggan perhari yang cukup signifikan di antara informan-informan peneliti. Warung Delia Putri menduduki urutan pertama sebagai warung dengan pendapatan yang paling banyak dengan 3 juta rupiah perharinya, sedangkan warung Sedap Malam hanya kisaran 300 ribu rupiah atau sepersepuluhnya. Jika dilihat dari jumlah pelanggan yang datang, warung Delia Putri dan Mie Ayam BPJS memiliki jumlah yang sama dan terbanyak. Jumlah pelanggan yang paling sedikit ada pada warung Ma Haji Fansyah, padahal durasi berjualan yang paling lama.

Apabila dilihat dari Tabel 4.1 Keadaan Usaha Para Pedagang tersebut, faktor durasi membuka lapak tidak berpengaruh dengan jumlah pelanggan yang datang dan pendapatan yang didapat. Memang apabila dilihat jumlah pelanggan dapat dikatakan bersesuaian dengan pendapatan, hal tersebut sudah dapat dipastikan demikian, karena pelanggan dengan pendapatan berbanding lurus. Maka, dapat diasumsikan bahwa ada faktor lainnya yang menjadi penentu, dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana cara para pedagang dalam mengembangkan usahanya. Cara-cara tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Pengembangan usaha pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman

Cara Pengembangan		Pengembangan dengan pelayanan ramah	Pengembangan dengan menjaga kualitas makanan dan tempat	Pengembangan dengan promosi lewat media sosial	Pengembangan dengan kerjasama ojek daring	Pengembangan dengan variasi dan ketersediaan menu	Pengembangan dengan menambahkan fasilitas
Zona	Warung	A	B	C	D	E	F
1	Delia Putri	√	√	√	√	√	√
	Seafood P. Muji Hartono		√		√	√	
	Warung Ayu Lamongan	√	√	√	√		
	Soto Babat Madura	√	√		√		√
2	Lapak Mie Ayam BPJS	√	√	√		√	
	Sedap Malam	√	√			√	√
3	Warung Alfian Z.	√	√	√	√		
	Ma Haji Fansyah	√	√		√		√

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Tabel 4.2 Pengembangan usaha pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman tersebut didapat dari semua jawaban informan yang dikumpulkan menjadi satu lalu diklasifikasikan menjadi enam elemen cara pengembangan. Berdasarkan Tabel 4.2 Pengembangan usaha pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman dapat dilihat cara pengembangan yang banyak dilakukan dan sedikit yang melakukannya. Adapun urutan dari cara tersebut berturut-turut adalah: pertama, (B) menjaga kualitas makanan dan tempat; kedua, (A) pelayanan yang ramah; ketiga (D) kerjasama ojek daring, (E) variasi dan ketersediaan menu; keempat (C) promosi media sosial, (F) menambahkan fasilitas.

Apabila dikomparasi antara Tabel 4.1 Keadaan Usaha Para Pedagang dengan Tabel 4.2 Pengembangan usaha pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman, maka akan didapat cara pengembangan yang efektif dan kurang efektif. Ada dua variabel yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan efektivitas suatu cara pengembangan usaha, pertama pendapatan perhari, kedua jumlah pengunjung perhari. Adapun urutan pedagang dengan pendapatan tertinggi ke terendah dan jumlah pengunjung terbanyak ke sedikit adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Urutan pendapatan

No	Nama	Pendapatan
1	Delia Putri	3 juta
2	Lapak Mie Ayam BPJS	2,5-4 juta
3	Seafood P. Muji Hartono	2,5-3 juta
4	Warung Ayu Lamongan	500-1 juta
5	Warung Alfian Z.	400 ribu-1 juta
6	Soto Babat Madura	500 ribu
7	Ma Haji Fansyah	200-500 ribu
8	Sedap Malam	300 ribu

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Tabel 4.4 Urutan pengunjung

No	Nama	Jumlah Pengunjung
1	Delia Putri	100
2	Lapak Mie Ayam BPJS	100
3	Seafood P. Muji Hartono	50-60
4	Soto Babat Madura	25-30
5	Warung Ayu Lamongan	20-30
4	Warung Alfian Z.	20
5	Sedap Malam	15
6	Ma Haji Fansyah	5-7

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas yang menjadi patokan cara pengembangan yang efektif diambil dari warung Delia Putri dan warung Mie Ayam BPJS, sedangkan untuk cara yang kurang efektif adalah warung Sedap Malam dan warung Ma Haji Fansyah.

Warung Delia Putri melakukan semua cara yang ada pada Tabel 4.2 Pengembangan usaha pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman, sedangkan warung Mie Ayam BPJS melakukan 4 cara, kecuali kerjasama dengan ojek daring (D) dan menambahkan fasilitas (F). Warung Ma Haji Fansyah melakukan 4 cara, kecuali promosi lewat media sosial (C) dan variasi dan ketersediaan menu (E). Warung Sedap Malam juga melakukan 4 cara, kecuali promosi lewat media sosial (C) dan kerjasama ojek daring (D).

Cara yang dilakukan warung Delia Putri dan Mie Ayam BPJS tetapi tidak dilakukan oleh warung Sedap Malam dan Ma Haji Fansyah adalah promosi lewat media sosial (C). Sedangkan cara yang dilakukan warung Sedap Malam dan Ma Haji Fansyah tetapi tidak dilakukan oleh warung Mie Ayam BPJS adalah menambahkan fasilitas. Meskipun warung Delia Putri juga melakukannya, oleh karena itu menambahkan fasilitas (F) hanya disebut cara yang kurang efektif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha yang paling efektif adalah promosi lewat media sosial. Dari wawancara, kebanyakan para pedagang menggunakan media sosial Instagram setelah itu Facebook, bahkan menggunakan akun khusus yang diberi nama warung mereka. Selain itu, kerjasama dengan ojek daring tidak bisa dikatakan efektif atau kurang efektif. Hal ini sejalan dengan penjelasan teori bisnis yang akan diuraikan di bawah.

Kegiatan bisnis tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan akan dapat mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu tujuan promosi adalah memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pelanggan baru.

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon konsumennya. Promosi dengan mengiklankan produk atau jasa dapat dilakukan melalui berbagai macam media, baik media cetak atau media elektronik. Promosi lainnya adalah dengan publisitas. Publisitas adalah promosi untuk memancing calon pelanggan melalui kegiatan atau *event-event*.¹⁴

Uraian tersebut di atas tentu tidak memarjinalkan carapengembangan usaha lainnya seperti menjaga kualitas makanan dan kebersihan tempat. Hal tersebut juga merupakan cara yang dipakai oleh semua pedagang dalam mengembangkan usaha dan mempertahankan pelanggannya. Apalagi mayoritas pedagang memiliki pelanggan tetap. Seperti yang dikemukakan Handi Irawan, bahwa apabila

¹⁴Arif Rahman Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Bandung: Prenada Media Group, 2016), hlm. 207.

pengusaha ingin membangun penuh kepuasan dalam jangka panjang, komitmen terhadap kualitas akan memberikan *pay-off* yang setimpal. Pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas.¹⁵

Pengembangan usaha lainnya yang juga banyak digunakan adalah pelayanan yang ramah. Pada referensi pelayanan ramah belum penulis temukan, yang didapat dan bisa disinonimkan adalah dengan pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan hal terpenting, karena kelangsungan bisnis dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan tersebut. Jika pebisnis tidak dapat memberikan kepuasan untuk pelanggan tentu saja pelanggan akan berpaling kepada yang lain.¹⁶

2. Kendala yang Dihadapi Pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman Banjarmasin

Sudah menjadi lumrah jika dalam kehidupan terdapat kesulitan atau kesukaran. Hal tersebut sesuai dengan Q.S. Ali Imran/3:186.

لَتَبْلُوَنَّ فِيْ أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ...

“Kamu sungguh-sungguh akan diuji terhadap hartamu dan dirimu...”

Meskipun manusia akan mendapatkan cobaan atau rintangan, tidak akan ada manusia yang tidak dapat menghadapinya. Manusia pasti bisa menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Hal tersebut sebagaimana disebutkan dalam Q.S. al-Baqarah/2:286.

¹⁵Handi Irawan, *Indonesian Costumer Satisfaction* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hlm.99.

¹⁶Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm.110.

لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا... 

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

Kesulitan atau kendala yang dialami oleh seorang hamba tentu juga terjadi dalam hal berdagang atau berbisnis. Para pedagang pasti mengalami kendala dalam menjalankan usahanya, tidak terkecuali pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman. Mereka merasa ada hal-hal yang menjadi hambatan dalam mengembangkan ataupun mempertahankan usaha.

Kendala adalah semua hal yang terjadi yang dapat menghambat proses kegiatan produksi sehingga menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Jenis kendala dapat dibedakan menjadi: kendala internal, kendala eksternal, kendala kendur dan kendala mengikat.¹⁷

Kendala pasti akan selalu ditemukan disetiap sistem, dan dapat didefinisikan sebagai suatu yang dapat membatasi kinerja suatu sistem untuk mencapai tujuan. Kendala menurut Atwater B. dan M.L Gagne (1997) dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yaitu:

- 1) Kendala pasar, artinya tidak ada permintaan akan produk yang diproduksi perusahaan sehingga tidak ada kapasitas perusahaan yang dapat dimanfaatkan sepenuhnya untuk membuat produksi.
- 2) Kendala sumber daya, maksudnya kapasitas sumber daya di perusahaan tidak cukup untuk memenuhi permintaan pasar.

¹⁷Intan Purwatianingsih Sihadi, Sifrid S. Pangemanan, dan Hendrik Gamaliel, "Identifikasi Kendala dalam Proses Produksi dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi Pada UD. Risky" dalam Jurnal *Riset Akuntansi Going Concern* Nomor 13 Vol. 4, hlm.604.

- 3) Kendala kebijakan, maksudnya manajemen melaksanakan aturan yang membatasi kemampuan perusahaan dalam merespon kesempatan.
- 4) Kendala bahan baku, maksudnya bahan baku yang berasal dari luar menjadi terbatas.
- 5) Kendala logistik, maksudnya mempergunakan metode khusus penumpukan proses atau menetapkan prosedur yang membatasi operasi.¹⁸

Kendala yang dihadapi pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman cukup beragam. Setidaknya ada enam kendala yang diungkapkan informan berkaitan dengan usaha mereka masing-masing. Adapun deskripsi kendala yang dihadapi para pedagang sebagaimana tabel berikut:

¹⁸Gusnardi, "TOC: Tinjauan Teori" dalam jurnal *Pekbis* Nomor 3 Vol. 2, 2010, hlm.340.

Tabel 4.5 Kendala yang dihadapi

Kendala yang Dihadapi		Modal	Harga bahan baku	Kurangnya dukungan pengelola/pemerintah	Menu yang sama dan pedagang lain	Lokasi, fasilitas KWK dan tata letak lapak	Ruang lapak yang sempit
Zona	Warung	A	B	C	D	E	F
1	Delia Putri	√					
	Seafood P. Muji Hartono				√		
	Warung Ayu Lamongan		√				
	Soto Babat Madura	√	√				
2	Lapak Mie Ayam BPJS						
	Sedap Malam				√	√	
3	Warung Alfian Z.		√				√
	Ma Haji Fansyah	√	√	√		√	√

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 Kendala yang dihadapi dapat diambil beberapa kendala yang dihadapi oleh pedagang Kawasan Wisata Kuliner Baiman. Kendala tersebut antara lain: modal (A), harga bahan baku (B), kurangnya dukungan pengelola/pemerintah (C), menu yang sama dan pedagang lain (D), lokasi, fasilitas KWK dan tata letak lapak (E), dan ruang lapak yang sempit (F).

Ada satu pedagang yang tidak bisa menyebutkan hambatannya, yaitu Lapak Mie Ayam BPJS. Dan ada pedagang yang merasa hambatannya sangat banyak, yaitu warung Ma Haji Fansyah yang menyebutkan lima kendala dari enam. Jika diurutkan maka akan terlihat seperti tabel berikut:

Tabel 4.6 Urutan jumlah kendala

No	Nama	Jumlah Kendala
1	Ma Haji Fansyah	5
2	Sedap Malam	2
3	Warung Alfian Z.	2
4	Soto Babat Madura	2
5	Delia Putri	1
6	Seafood P. Muji Hartono	1
7	Warung Ayu Lamongan	1
8	Lapak Mie Ayam BPJS	0

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Apabila dikaitkan dengan Tabel 4.3 Urutan pendapatan dan Tabel 4.4 Urutan pengunjung maka akan didapat korelasi antara kendala dengan pendapatan dan jumlah pelanggan. Khususnya untuk warung Ma Haji Fansyah yang memiliki pelanggan paling sedikit tiap harinya. Bahkan Mie Ayam BPJS yang memiliki pelanggan terbanyak bersama dengan warung Delia Putri, tidak merasa memiliki kendala sedikitpun.

Lima dari enam kendala didapati pada dua pedagang yang berbeda. Kendala tersebut adalah: modal (A), harga bahan baku (B), Menu yang sama dan

pedagang lain (D), lokasi, fasilitas KWK dan tata letak lapak (E), dan ruang lapak yang sempit. Kurangnya dukungan pengelola/pemerintah (C) hanya didapati pada warung Ma Haji Fansyah.