

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kondisi Umum Kota Banjarmasin

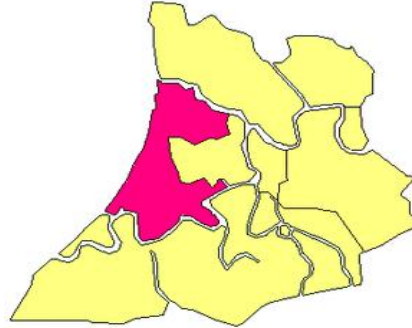
Kota Banjarmasin memiliki peranan strategis sebagai pusat perekonomian dan ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan. Kota Banjarmasin secara geografis terletak pada 3°16'46" hingga 3°22'54" Lintang Selatan dan 114°31'40" hingga 114°39'55" Bujur Timur. Wilayah Kota Banjarmasin dikelilingi oleh beberapa sungai yaitu Sungai Barito, Sungai Martapura, Sungai Awang, dan Sungai Kuin. Secara administratif, Kota Banjarmasin memiliki luas wilayah sebesar 98,47 Km² atau 9.846,794 Ha. Batas wilayah Kota Banjarmasin adalah sebagai berikut: sebelah utara dan barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala, dan sebelah timur dan selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar. Kota Banjarmasin mempunyai luas terkecil di Kalimantan dijuluki kota Seribu Sungai ini merupakan kota yang dibangun atas delta atau pulau-pulau di tengah sungai.

Ruang lingkup wilayah administrasi wilayah Kota Banjarmasin meliputi 5 (lima) kecamatan, yaitu Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kecamatan Banjarmasin Barat, Kecamatan Banjarmasin Tengah, dan Kecamatan Banjarmasin Utara. Kecamatan dengan wilayah terluas adalah Kecamatan Banjarmasin Selatan dengan luasan mencapai 3.833,39 Ha (38,93%), disusul Kecamatan Banjarmasin Utara seluas 2.350,73 Ha (23,87%). Sementara itu, Kecamatan dengan luasan terkecil di bawah 1.000 Ha adalah Kecamatan Banjarmasin Tengah yaitu seluas 676,47 Ha (6,87%). (Kartika, 2024)

b. Letak Geografis Banjarmasin Barat

Banjarmasin Barat (atau biasa disebut dengan Banjar Barat, nama resmi menurut Undang-undang) adalah salah satu kecamatan di Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Luas Kecamatan Banjarmasin Barat sekitar 13,08 Km². Kecamatan Banjarmasin Barat terletak pada ketinggian 0,16 meter di bawah permukaan laut. Kecamatan Banjarmasin Barat berbatasan dengan Kecamatan Banjarmasin Utara dibagian utara, Kecamatan Banjarmasin Selatan disebelah selatan, Kecamatan Banjarmasin Tengah disebelah Timur, dan disebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala.

Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Banjarmasin Barat



Sumber: Wikipedia

Kecamatan Banjarmasin Barat terdiri dari 9 kelurahan, dengan luas wilayah keseluruhan adalah 13,37 km² . Kelurahan Basirih adalah kelurahan yang memiliki wilayah terluas antara 9 kelurahan lainnya dengan luas wilayah sebesar 3,65 km² , yaitu mencakup sekitar 27,30% dari luas wilayah Kecamatan Banjarmasin Barat secara keseluruhan, sedangkan Kelurahan Telawang memiliki luas wilayah terkecil dengan luas wilayah 0,57 km² atau sekitar 4,26% dari luas wilayah Kecamatan Banjarmasin Barat. Kecamatan Banjarmasin Barat berbatasan dengan wilayah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Batas Wilayah Banjarmasin Barat

Utara	Kecamatan Banjarmasin Utara
Timur	Kecamatan Banjarmasin Tengah
Selatan	Kecamatan Banjarmasin Selatan
Barat	Sungai Barito

1) Luas Wilayah

Kecamatan Banjarmasin Barat 13,08 Km². Yang terdiri atas 9 desa/kelurahan dengan luas wilayah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Luas Wilayah Banjarmasin Barat

No	Nama Kelurahan	Luas (Km ²)
1	Basirih	0,66 Km ²
2	Belitung Selatan	0,4 Km ²
3	Belitung Utara	0,69 Km ²
4	Kuin Cerucuk	2,16 Km ²
5	Kuin Selatan	3,48 Km ²
6	Pelambuan	1,64 Km ²
7	Telaga Biru	1,99 Km ²
8	Telawang	1,30 Km ²
9	Teluk Tiram	0,52 Km ²

2) Data Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah menurut kecamatan di Kota Banjarmasin

Tabel 4. 3 Jumlah UMKM Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah Usaha	
		Usaha Mikro	Usaha Kecil
1	Banjarmasin Barat	6.896	818
2	Banjarmasin Selatan	7.736	594
3	Banjarmasin Tengah	6.195	813
4	Banjarmasin Timur	5.351	718
5	Banjarmasin Utara	5.989	787
	Total	32.167	3.73

Kecamatan Banjarmasin Barat merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi di Kota Banjarmasin, dengan total 7.714 unit usaha, yang terdiri dari 6.896 unit (sekitar 89,4%) Usaha Mikro dan 818 unit (sekitar 10,6%) Usaha Kecil. Sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini adalah usaha mikro. Ini mencerminkan tingginya partisipasi ekonomi rakyat, meskipun masih dalam skala kecil dengan keterbatasan dalam hal modal, tenaga kerja, dan akses pasar. Banjarmasin Barat menjadi salah satu dari dua

kecamatan dengan jumlah usaha kecil tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar untuk mengembangkan usaha mikro menjadi usaha kecil dan menengah. Dengan jumlah pelaku usaha yang tinggi, Banjarmasin Barat menyimpan peluang besar untuk pemberdayaan UMKM melalui pelatihan keterampilan, bantuan permodalan, serta peningkatan akses terhadap pasar dan teknologi. Kecamatan Banjarmasin Barat memiliki peran penting dalam perekonomian lokal Kota Banjarmasin. Dengan dominasi usaha mikro, wilayah ini membutuhkan dukungan berkelanjutan agar pelaku usaha dapat berkembang secara bertahap dan bertransformasi menjadi usaha yang lebih produktif dan kompetitif. Intervensi dari pemerintah, swasta, dan lembaga keuangan akan sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan sektor ini.

3) Gambaran Umum Tempat Berjualan Pentol di wilayah Banjarmasin Barat

Wilayah Kecamatan Banjarmasin Barat merupakan salah satu kecamatan di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, yang memiliki potensi ekonomi cukup tinggi terutama dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Wilayah ini terbagi atas sembilan kelurahan, dengan populasi padat dan aktivitas masyarakat yang dinamis, menjadikannya lokasi yang strategis untuk berjualan makanan ringan, termasuk pentol. Pentol merupakan salah satu jajanan

yang sangat populer di kalangan masyarakat Banjarmasin, terutama karena harganya yang terjangkau dan rasanya yang digemari oleh berbagai kalangan usia. Usaha penjualan pentol umumnya dijalankan oleh pelaku UMKM dengan modal terbatas, menggunakan gerobak dorong, motor modifikasi, atau lapak sederhana di pinggir jalan.

Berdasarkan observasi dan wawancara lapangan, beberapa pedagang pentol di Banjarmasin Barat banyak ditemukan berada pada titik-titik sebagai berikut:

a) Jl. Sutoyo S Teluk Dalam

Lokasi ini dipilih karena berada di kawasan padat penduduk dan dekat dengan sekolah-sekolah. Banyak pelajar dan pekerja yang menjadi pelanggan tetap karena akses yang mudah dan lokasi yang ramai dilalui kendaraan.

b) Jl. Trisakti

Merupakan jalur penghubung antar kecamatan dan sering dilewati masyarakat. Meski jumlah pedagang pentol di jalur ini lebih sedikit, lokasi ini dinilai potensial karena tingginya mobilitas penduduk di sepanjang jalan tersebut.

c) Jl. Zapri Zam-Zam (Rawasari)

Area ini berdekatan dengan kawasan rumah sakit dan pelajar.

Pedagang yang berjualan di lokasi ini biasanya menetap pada jam-jam tertentu, khususnya sore hari saat lalu lintas meningkat dan masyarakat mulai pulang dari aktivitas harian.

2. Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan dari penelitian lapangan yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan 5 orang Informan yang telah memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian. Informasi yang diperoleh dari wawancara tersebut menjadi dasar dalam menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pedagang Pentol Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Di Wilayah Banjarmasin Barat beserta hambatan yang mereka lalui dalam proses pengembangan usaha yang mereka jalankan. Adapun deskripsi hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

a. Informan 1

Nama	: H
Usia	: 52 tahun
Asal	: Banjarmasin
Lama Berjualan	: 17 tahun
Lokasi Berjualan	: Jl. Sutoyo S Depan Masjid Jami Teluk Dalam
Jumlah Karyawan	: Tidak ada

Bapak H yang menceritakan sedikit pengalamannya sebelum memutuskan untuk berjualan pentol, ia pernah mencoba berbagai macam pekerjaan, seperti menjadi kuli bangunan, ojek penumpang, hingga bekerja sebagai karyawan kontrak di sebuah perusahaan proyek batubara. Karena masih memiliki ijazah SMA, bapak H sempat diterima bekerja di proyek tersebut. Namun, pekerjaan itu tidak bertahan lama karena berbagai kendala, seperti kondisi istri yang sedang hamil, lokasi proyek yang jauh sehingga sulit untuk berpisah dari keluarga, lingkungan kerja yang kurang mendukung, serta kondisi fisik yang tidak memungkinkan. Setelah berhenti dari pekerjaan tersebut, bapak H mengalami kesulitan dalam mencari lapangan kerja. Melihat situasi dan kondisi di lapangan, dimana mayoritas masyarakat Banjarmasin gemar berbelanja, terutama di bidang kuliner, keluarga menyarankan agar ia membuka usaha sendiri. Saran tersebut didasarkan pada bakat dan keterampilan Bapak H dalam memasak dan mengolah makanan. Oleh karena itu, ia pun memutuskan untuk membuka usaha kuliner dengan berjualan pentol.

Perjalanan Bapak H dalam mengembangkan usahanya tidak berlangsung secara instan. Setelah memutuskan berhenti dari berbagai pekerjaan sebelumnya dan memilih berjualan pentol sebagai jalan usaha mandiri, langkah demi langkah ia tempuh dengan penuh pertimbangan. Strategi pengembangan usaha ini ia bangun bukan hanya berdasarkan insting, tetapi juga melalui pengamatan, pengalaman, dan dukungan dari

keluarga. Awalnya, Bapak H memulai usahanya dengan menjajakan pentol secara berkeliling dengan menyusuri berbagai kawasan, menasar tempat-tempat yang ramai dengan harapan dagangannya cepat laku. Namun, sembari berjualan ia juga memperhatikan pola perilaku konsumen dan situasi lapangan bapak H menyadari bahwa salah satu faktor kunci dalam berjualan makanan ringan seperti pentol adalah lokasi seberapa mudah pembeli bisa menemukan penjual, dan seberapa tinggi lalu lintas orang di lokasi tersebut. Dari pengamatan itu, ia menemukan bahwa berjualan secara menetap atau “mangkal” ternyata lebih menguntungkan dibandingkan terus-menerus berpindah-pindah tempat. Bahkan, seorang pelanggan pernah menyarankan langsung agar beliau mangkal saja agar pelanggan tidak kesulitan mencari. Saran tersebut ia pertimbangkan secara matang. Bapak H kemudian memutuskan untuk mencari lokasi mangkal yang strategis ramai pembeli, mudah diakses oleh masyarakat, serta dekat dengan rumah. Kedekatan lokasi berjualan dengan tempat tinggalnya berperan penting guna efisiensi operasional. Jika sewaktu-waktu ada kekurangan bahan atau peralatan, keluarga bisa dengan cepat mengantar kebutuhan yang kurang. Selain menghemat waktu dan tenaga, hal ini juga menjaga kelancaran operasional tanpa harus meninggalkan lapak jualan.

Dari sisi produksi, Bapak H memiliki rutinitas harian yang sudah tertata dengan rapi. Setiap pagi setelah melaksanakan salat subuh, ia langsung menuju Pasar Sentral Antasari atau yang biasa disebut pasar subuh oleh masyarakat setempat. Pasar ini dikenal sebagai tempat terlengkap untuk kebutuhan bahan makanan, dan bagi Bapak H, ini adalah lokasi penting untuk mendapatkan semua bahan baku pembuatan pentol. Di sana tersedia berbagai macam kebutuhan mulai dari bumbu-bumbu, daging atau ayam segar, hingga layanan penggilingan yang sangat membantu proses produksi. Setelah semua bahan dibeli dan dibawa pulang, proses produksi dimulai sekitar pukul 07.00 pagi ia memulai dengan mencampur adonan pentol, memanaskan air, dan ketika air sudah mendidih, adonan pun mulai dicetak satu per satu. Proses ini dilakukan dengan penuh ketelitian agar rasa dan kualitas pentol tetap terjaga. Tidak berhenti sampai di situ, Bapak H juga memikirkan cara agar produk dagangannya tetap diminati dan tidak membosankan bagi para pelanggan. Beliau menyadari bahwa variasi produk bisa menjadi salah satu kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Karena itu, tidak hanya menjual pentol isi telur seperti kebanyakan pedagang lainnya akan tetapi beliau menambahkan inovasi dengan menciptakan pentol isi daging cincang dan keju, yang memberikan rasa dan sensasi berbeda. Selain pentol bapak H juga juga menawarkan gorengan tambahan seperti bakwan, tempe goreng, dan tahu goreng. Kehadiran gorengan sebagai pelengkap ternyata

memberikan dampak positif yang besar terhadap daya tarik dagangannya. Banyak pelanggan yang tertarik membeli karena bisa menikmati makanan yang lebih bervariasi dalam satu tempat.

Dalam hal harga, Bapak H memiliki prinsip yang cukup jarang ditemui di tengah gejolak harga bahan pokok saat ini. Bapak H tetap menjual pentolnya dengan harga seribuan per biji dan gorengan dengan harga 500 an, harga yang sama sejak memulai usaha ini. Meskipun harga bahan baku naik dari waktu ke waktu, Bapak H memilih untuk tidak menaikkan harga jualnya, tetap menjaga kualitas rasa dan tekstur pentolnya agar tetap enak dan konsisten. Menurutnya, mempertahankan kualitas jauh lebih penting daripada mencari untung lebih dengan menurunkan mutu karena ia percaya bahwa pelanggan akan terus datang selama rasa dan pelayanan tidak berubah. Strategi ini membuahkan hasil setiap harinya ia bisa menghabiskan hingga empat kilogram bahan pentol dan meraih omzet harian sekitar satu juta rupiah.

Dalam hal Promosi Bapak H tidak menggunakan media sosial atau sistem endorse seperti yang dilakukan banyak pelaku UMKM saat ini. beliau lebih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Para pelanggan yang puas biasanya akan merekomendasikan dagangannya kepada teman atau keluarga mereka. Hal ini terbukti menjadi metode promosi yang ampuh karena langsung menyasar calon pembeli yang memang sudah mendapatkan kepercayaan dari orang terdekat mereka. Dalam aspek

distribusi, Bapak H juga mendapat dukungan penuh dari keluarganya, khususnya sang istri. Istrinya ikut membantu menjajakan pentol, baik di tempat yang sama maupun secara terpisah untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya bantuan ini, omzet penjualan bisa lebih stabil, bahkan meningkat. Kerja sama ini menjadi pondasi penting dalam menjalankan usaha keluarga yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga kekompakan dan keberlanjutan. Secara keseluruhan, strategi pengembangan usaha Bapak H menunjukkan bahwa keberhasilan tidak selalu datang dari modal besar atau promosi yang gencar. Kadang, keberhasilan bisa dibangun dari observasi lapangan yang cermat, ketekunan dalam bekerja, inovasi produk yang sesuai dengan selera pasar, menjaga kualitas, dan tentunya, dukungan dari orang-orang terdekat.

Alhamdulillah, berbagai strategi yang diterapkan Bapak H dalam usaha pentolnya memberikan hasil yang memuaskan. Penjualan yang dibantu oleh istri terbukti efektif meningkatkan omzet karena memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, strategi menjaga kualitas rasa dan tampilan pentol menjadi kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Inovasi menu, seperti pentol isi keju, daging cincang, serta tambahan gorengan, membuat konsumen tidak bosan dan semakin tertarik. Bapak H juga beberapa kali menerima pesanan dalam jumlah besar seperti katering, meskipun harga per porsi murah, tetapi tetap menguntungkan karena jumlah pesanan yang banyak. Banyak pelanggan menyarankan agar beliau

membuka depot bakso sendiri. Saat ini, rencana tersebut mulai dipertimbangkan, meskipun masih ada keraguan karena lebih nyaman memproduksi dari rumah. Namun, selama kualitas rasa dijaga dan harga tetap terjangkau, usaha tetap berjalan lancar dan terus berkembang.

Dalam menjalankan usaha pentolnya, Bapak H menyadari bahwa jumlah penjual pentol di wilayah Banjarmasin terus bertambah. Hal ini tidak terlepas dari kondisi lapangan kerja yang semakin sempit, sehingga banyak orang memilih untuk berjualan sebagai alternatif. Namun, bagi Bapak H, persaingan bukanlah sesuatu yang harus ditakuti. beliau percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan, dan kunci keberhasilan adalah mempertahankan kualitas produk serta kejujuran dalam berjualan. Bapak H memang mengamati strategi pesaing, namun beliau tidak terlalu fokus pada meniru atau menyaingi mereka akan tetapi lebih memilih untuk tetap menjaga prinsipnya, yakni mengutamakan kebersihan, memilih bahan baku yang segar dan baru, serta memproduksi pentol sesuai kebutuhan harian agar selalu fresh.

Beberapa pesaing menawarkan keunggulan seperti menyediakan kuah, varian produk yang lebih banyak, serta sistem bonus dalam pembelian. Meskipun strategi tersebut menarik, Bapak H tetap yakin dengan pendekatannya yang sederhana namun konsisten. beliau lebih menekankan pada kualitas rasa dan pelayanan yang ramah. Menurut pengamatannya, strategi bonus dan varian lebih banyak memang cukup menarik minat

pelanggan dan bisa menjadi ancaman terhadap keuntungan. Namun, Bapak H menilai bahwa setiap usaha punya keunikan masing-masing. beliau tidak terlalu khawatir, karena pelanggan tetap datang kembali karena sudah cocok dengan rasa pentolnya, harga yang terjangkau, dan kebersihan yang terjaga.

Keunggulan kompetitif utama dari usaha Bapak H adalah konsistensi rasa, harga yang tetap seribu rupiah per pentol, serta pelayanan yang jujur dan sederhana. Banyak pelanggan memilihnya karena sudah merasa percaya dengan mutu dan kejujurannya. Untuk ke depan, Bapak H punya keinginan untuk meningkatkan keunggulan usahanya, salah satunya dengan menambah varian rasa yang tetap terjangkau, dan secara perlahan mulai merintis usaha yang lebih besar seperti membuka depot bakso. Meski belum sepenuhnya yakin dengan langkah tersebut, keinginan untuk terus berkembang tetap ada, selama tetap bisa menjaga kualitas dan tidak mengurangi nilai-nilai yang telah beliau pegang sejak awal.

Dalam mengembangkan usahanya, Bapak H menghadapi beberapa hambatan utama yang cukup menantang. Salah satu kendala yang paling sering muncul adalah kenaikan harga bahan baku, seperti daging, bumbu, dan terutama gas elpiji yang sering langka. Kelangkaan ini tidak hanya mempersulit proses produksi, tetapi juga dapat menghambat jadwal operasional harian. Selain itu, jam pengolahan yang panjang kerap memengaruhi waktu istirahat, karena Bapak H harus memulai aktivitas

sejak subuh untuk belanja ke pasar dan memproduksi pentol di pagi hari. Perubahan cuaca yang tidak menentu, khususnya saat hujan deras, juga menjadi hambatan dalam berjualan. Hujan membuat jumlah pembeli menurun, terutama bagi penjual keliling seperti Bapak H yang sangat bergantung pada cuaca untuk bertemu pelanggan di luar ruangan.

Dari sisi permodalan, Bapak H mengakui bahwa keterbatasan dana sempat menjadi kendala, terutama saat harga bahan baku melonjak. Modal yang dimiliki tidak selalu cukup untuk memenuhi kebutuhan bahan dalam jumlah besar, apalagi ketika harga jual tetap dipertahankan agar pelanggan tidak keberatan. Namun, sejak dibantu oleh sang istri, beban ini mulai terbagi dan pendanaan usaha menjadi lebih stabil. Untuk ketersediaan bahan baku, sejauh ini tidak terlalu menjadi masalah karena Bapak H terbiasa belanja langsung ke pasar subuh, di mana semua bahan tersedia. Hanya saja, kendala yang sering terjadi lebih kepada bahan bakar produksi seperti gas yang tidak selalu tersedia.

Dalam hal tenaga kerja, Bapak H tidak mengalami kendala karena semua proses produksi dan penjualan bisa ia tangani sendiri, atau dibantu oleh istri. Ia merasa dengan tenaga terbatas pun usahanya tetap berjalan lancar. Faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan menurut Bapak H adalah kualitas dagangan, seperti rasa yang tetap enak, kebersihan yang terjaga, serta penempatan lokasi jualan dan jam buka yang tepat. Sementara itu, penurunan pendapatan biasanya dipicu oleh cuaca

buruk dan kesulitan mendapatkan gas. Untuk mengatasi semua kendala tersebut, Bapak H tetap memegang prinsip hidup yang sederhana dan penuh keyakinan. Ia percaya bahwa rezeki sudah ditentukan oleh Yang Maha Kuasa. Ia memilih untuk tidak bersaing secara tidak sehat dengan sesama penjual dan lebih fokus pada menjaga kejujuran, kebersihan, dan kualitas produk. Dengan keyakinan tersebut, meski banyak tantangan yang datang, usaha pentolnya tetap bisa bertahan dan berkembang hingga sekarang.

b. Informan 2

Nama : S
 Usia : 47 tahun
 Asal : Semarang Jawa Tengah
 Lama Berjualan : 20 tahun
 Lokasi Berjualan : Jl. Sutoyo S Trisakti
 Jumlah Karyawan : Tidak ada

Bapak S pernah menghabiskan waktu sebagai kuli bangunan selama kurang lebih tiga tahun, beliau menjalani pekerjaan yang tidak pasti ada kalanya pekerjaan datang, tapi sering kali harus menunggu tanpa kepastian penghasilan. Karena kondisi tersebut, beliau memutuskan untuk berhenti dan mencoba peruntungan sebagai tukang ojek. Namun, setelah dua tahun mengojek, penghasilan yang didapat juga masih belum cukup untuk

memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Akhirnya, dengan tekad untuk bisa mandiri dan memiliki penghasilan yang lebih stabil, Bapak S memutuskan untuk membuka usaha sendiri, yaitu berjualan pentol.

Awal mula usahanya sangat sederhana. Ia berjualan menggunakan gerobak dorong sambil berkeliling dari satu gang ke gang lainnya di kawasan Jalan Sutoyo S. Setiap hari beliau berjalan kaki menjajakan dagangannya, menyusuri pemukiman demi bisa menjangkau pembeli. Namun, cara berjualan seperti itu sangat menguras tenaga. Oleh karena itu, Bapak S mulai mencari cara agar bisa tetap berdagang tanpa harus terus-menerus berjalan jauh. Ia kemudian memutuskan untuk mencoba berjualan secara mangkal di depan Lapas Teluk Dalam, yang menurutnya cukup ramai dilalui orang.

Beberapa waktu strategi ini cukup berhasil, namun setelah beberapa bulan berjalan, pendapatannya mulai menurun. Situasi ini membuat beliau kembali mencari alternatif lain agar tetap bisa bertahan. Akhirnya, beliau memilih untuk berpindah ke lokasi baru, yaitu di sekitar Pelabuhan Trisakti, dekat kawasan pergudangan yang ramai aktivitas bongkar muat barang. Di tempat itulah beliau berjualan hingga sekarang, dan perlahan-lahan mulai menemukan kembali stabilitas dalam usahanya.

Dalam mengembangkan usahanya, bapak s memiliki kebiasaan bangun pagi-pagi sekali. Setelah salat subuh, ia langsung pergi ke Pasar Sentral Antasari yang juga dikenal sebagai Pasar Subuh untuk membeli

bahan baku. Semua yang dibutuhkan untuk membuat pentol tersedia di sana, mulai dari daging ayam, bumbu, hingga tempat penggilingan. Sekitar pukul 06.00 pagi, ia mulai mengolah adonan pentol, mempersiapkan air mendidih, dan mencetak pentol-pentol siap jual. Demi menarik minat pembeli agar tidak bosan, beliau juga menambahkan menu lain seperti gorengan bakwan, tahu, tempe dan minuman es dalam kemasan botol.

Harga yang ia tawarkan untuk pentol sangat terjangkau, yakni hanya seribu rupiah per biji, dan harga ini tidak berubah sejak pertama kali ia berjualan. Dalam sehari, ia bisa memproduksi sekitar 3 kilogram adonan pentol dan mendapatkan omzet hingga 700 ribu rupiah. Meski tidak menggunakan promosi lewat media sosial atau endorse, usaha Bapak S tetap berjalan lancar karena mengandalkan pelanggan tetap dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Yang paling membantu peningkatan pendapatan adalah keterlibatan sang istri yang ikut menjual pentol, sehingga jumlah penjualan harian bertambah. Bantuan istri ini terbukti sangat efektif dalam meningkatkan omzet harian.

Beberapa strategi yang beliau terapkan memberikan hasil yang sangat positif. Dengan juga menggunakan strategi menjaga rasa dan kualitas produk secara konsisten berhasil membuat pelanggan tetap datang kembali. Penambahan menu baru seperti es juga memberikan nilai tambah yang tidak kecil terhadap pendapatan harian. Semua strategi yang dijalankan sejauh ini membuahkan hasil yang sesuai harapan, dan Bapak S merasa

cukup puas karena tidak ada rencana besar yang tertunda semuanya sudah berhasil ia jalankan.

Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa pendapatan usaha tidak selalu stabil setiap hari. Karena masih beradaptasi dengan lokasi baru, terkadang pelanggan belum terlalu banyak. Cuaca juga turut memengaruhi, terutama dalam penjualan es. Selain itu, perbedaan kondisi tanggal muda dan tanggal tua pun berdampak. Karena mayoritas pelanggannya adalah pegawai kantor dengan penghasilan bulanan, maka di akhir bulan penjualan cenderung menurun.

Walaupun demikian, Bapak S tetap bersyukur karena belum menemukan strategi yang benar-benar gagal. Jika ada hambatan, beliau tidak ragu untuk segera menyesuaikan cara berjualan agar lebih sesuai dengan kondisi yang ada. Ketekunan, kesederhanaan, dan kemampuannya untuk terus belajar dari pengalaman menjadi hal utama dari keberlangsungan usahanya. Dari seorang kuli bangunan hingga menjadi penjual pentol dengan omzet harian yang menjanjikan, kisah Bapak S menunjukkan bahwa kerja keras dan kemampuan beradaptasi bisa membawa perubahan besar dalam hidup.

Persaingan dalam usaha pentol yang dijalani oleh Bapak S bisa dikatakan cukup ketat. Di lokasi tempat beliau berjualan, khususnya di sekitar Pelabuhan Trisakti, terdapat banyak pedagang lain yang menjual produk serupa. Mereka tidak hanya menjual pentol, tetapi juga gorengan

dan es, yang semuanya merupakan menu andalan Bapak S. Dengan banyaknya penjual di tempat yang sama, tentu persaingan menjadi hal yang tidak terhindarkan.

Menurut pengakuan Bapak S, beberapa pesaingnya bahkan memiliki variasi produk yang lebih banyak dari miliknya. Ada yang menawarkan makanan lain yang belum tentu dimiliki oleh Bapak S. Dari segi harga, beberapa pesaing juga menjual lebih murah. Tidak hanya itu, ada juga penjual yang menggunakan sistem pembayaran yang cukup menarik bagi pelanggan, yaitu memperbolehkan pelanggan untuk berhutang terlebih dahulu dan baru membayar di awal bulan, sebuah strategi yang cukup sulit disaingi jika dilihat dari segi kepercayaan dan kedekatan mereka dengan para langganan.

Bapak S memperhatikan aktivitas pesaingnya dengan cukup jeli. Ia melihat bahwa strategi harga murah dan sistem pembayaran hutang menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian besar pelanggan. Strategi ini tentu mengancam usahanya, terutama karena mayoritas pelanggan di wilayah itu adalah pekerja yang mengandalkan gaji bulanan. Ketika ada pilihan untuk berhutang, mereka cenderung lebih memilih penjual yang memberikan kemudahan tersebut. Apalagi jika si penjual juga memiliki beragam pilihan makanan yang bisa menjadi alternatif makan siang atau camilan. Namun demikian, Bapak S tetap yakin dengan kekuatan dan prinsip usahanya sendiri. Ia sangat menjaga kualitas produk,

baik dari segi bahan maupun pengolahan. Bagi beliau, kebersihan adalah hal utama. Ia tidak ingin membuat makanan dengan bahan seadanya atau yang tidak segar. Setiap hari, bahan yang digunakan adalah bahan baru dan berkualitas. Dalam proses produksi pun, ia selalu menyesuaikan dengan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga produk yang dijual tidak berlebihan dan tetap dalam kondisi terbaik saat disajikan.

Keunggulan Bapak S terletak pada komitmennya terhadap kualitas dan kesegaran. Ia percaya bahwa pelanggan akan kembali bukan hanya karena harga murah, tetapi karena rasa dan kepercayaan terhadap apa yang mereka makan. Walaupun ada pesaing yang lebih agresif dalam strategi harga dan pelayanan, ia memilih untuk tetap konsisten pada jalannya, menjaga kualitas, dan terus memperbaiki pelayanan berdasarkan pengamatan langsung terhadap kebutuhan pasar. Bapak S meyakini bahwa, persaingan bukanlah sesuatu yang harus ditakuti, melainkan motivasi untuk terus berkembang dan berinovasi dalam keterbatasan. Ia sadar bahwa setiap usaha punya kelebihan dan kekurangan masing-masing, dan dengan konsistensi serta kejujuran dalam berjualan, pelanggan akan tetap datang dan bertahan.

Dalam mengembangkan usaha pentolnya, bapak S menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Salah satu hambatan utama yang dirasakannya adalah keterbatasan fasilitas penunjang, seperti ketiadaan dispenser untuk es yang sebenarnya cukup penting untuk mendukung

penjualan tambahan berupa minuman dingin. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku menjadi tantangan tersendiri. Kenaikan harga bahan baku seringkali memaksa bapak S untuk mengeluarkan modal lebih besar, sementara harga jual tetap harus dipertahankan agar tidak kehilangan pelanggan.

Masalah keterbatasan modal sempat menjadi kendala serius di awal usaha, terutama saat masih dijalankan sendiri. Namun seiring waktu, kehadiran sang isteri yang turut membantu dalam proses penjualan menjadi solusi yang sangat berarti. Tidak hanya meringankan beban kerja, bantuan dari isteri juga berkontribusi besar dalam menjaga kestabilan omzet, bahkan di tengah naiknya harga bahan baku. Meskipun harga bahan kerap berubah-ubah, Bapak S bersyukur karena ia belum pernah mengalami kesulitan dalam pengadaan bahan tersebut. Ia terbiasa membeli di pasar subuh Sentral Antasari, di mana semua bahan yang dibutuhkan selalu tersedia. Dengan jaringan dan pengalaman yang sudah terbentuk, pengadaan bahan baku bisa dikatakan cukup lancar.

Dalam hal tenaga kerja, Bapak S memilih untuk tidak merekrut karyawan tambahan. Ia menyadari bahwa menggunakan tenaga pembantu akan menambah beban pengeluaran yang tidak kecil, sementara keuntungan yang didapat masih pas-pasan. Oleh karena itu, pembagian tugas dengan isteri menjadi pilihan paling efisien yang bisa dijalankan saat ini. Adapun faktor yang paling mempengaruhi peningkatan pendapatan

adalah momen ketika ada aktivitas bongkaran di pelabuhan. Ketika banyak pekerja dan aktivitas terjadi di sekitar lokasi jualan, otomatis jumlah pembeli meningkat dan penjualan melonjak. sebaliknya pendapatan bisa menurun jika cuaca sedang tidak bersahabat, terutama saat hujan yang menghambat mobilitas penjualan. Selain itu, jika proses produksi berjalan lambat, maka jam buka pun ikut terlambat, yang secara langsung mengurangi potensi pendapatan di hari itu.

Meski menghadapi banyak tantangan, Bapak S tetap memegang teguh prinsip hidupnya. Ia percaya bahwa rezeki sudah ada takarannya masing-masing, dan tidak perlu menjatuhkan sesama penjual untuk bisa bertahan. Ia juga tidak mencari solusi yang memaksa, terutama untuk hal-hal yang berada di luar kendali seperti cuaca. Yang bisa ia lakukan hanyalah tetap menjaga kualitas bahan baku, memastikan kebersihan makanan, serta terus berusaha dengan cara yang jujur dan halal. Keyakinan dan konsistensinya inilah yang menjadi pondasi kuat dalam menghadapi setiap hambatan dalam usahanya.

c. Informan 3

Nama	: P
Usia	: 60 tahun
Asal	: Jawa Tengah (Purwodadi)
Lama Berjualan	: 33 tahun

Lokasi Berjualan : Jl. Sutoyo S – Teluk Tiram

Jumlah Karyawan : Tidak ada

Bapak P adalah seorang penjual pentol yang telah berjualan selama 33 tahun. Usahanya berlokasi di daerah Jl. Sutoyo S – Teluk Tiram, sebuah kawasan pemukiman yang cukup padat dan ramai di Banjarmasin. Sebelum memulai usaha ini, bapak P sempat menjadi kuli bangunan selama dua tahun. Namun karena pekerjaan itu tidak menentu kadang ada, kadang tidakbeliau berpindah menjadi penjual air, profesi yang dulu banyak dibutuhkan saat PDAM belum tersedia. Setelah itu, atas saran teman-teman sesama perantauan, beliau mencoba peruntungan dengan berjualan pentol. Ternyata, dari situlah awal kisah panjang usahanya dimulai.

Strategi yang diterapkan bapak P dalam mengembangkan usahanya sederhana namun konsisten dan efektif ia berjualan keliling dari kawasan Teluk Dalam hingga Teluk Tiram, masuk ke gang-gang pemukiman untuk menjangkau pelanggan. Dalam proses produksi, beliau bangun pagi-pagi sekali sekitar pukul lima subuhuntuk belanja bahan baku di Pasar Sentral Antasari. Di sana, semua keperluan mulai dari bumbu, daging ayam atau sapi, hingga tempat menggiling daging sudah tersedia lengkap. Setelah belanja, beliau mencetak adonan pentol dari pukul enam hingga sepuluh pagi, lalu berjualan mulai pukul empat sore hingga dagangannya habis, biasanya sekitar pukul sembilan malam.

Awalnya, bapak P hanya menjual pentol dan tahu. Namun karena belakangan pembeli mulai sepi, beliau memutuskan untuk menambahkan menu baru yaitu pangsit isi adonan pentol agar pelanggan tidak bosan. Strategi ini terbukti cukup membantu menarik minat pelanggan. Untuk harga, sejak dulu hingga sekarang bapak P tetap menjual pentol dengan harga seribu rupiah per biji, dengan isian telur di dalamnya. Dalam sehari, beliau bisa menjual hingga 500 biji pentol, 200 biji tahu seharga lima ratus rupiah per biji, dan 100 biji pangsit seharga seribu rupiah per biji.

Promosi usaha tidak dilakukan secara khusus, seperti melalui endorse atau media sosial. Namun, dalam hal distribusi, bapak P mendapat dukungan besar dari sang istri yang juga turut menjajakan pentol sambil berjualan jamu menggunakan sepeda. Kehadiran istrinya sangat membantu, baik dalam memperluas jangkauan pelanggan maupun meningkatkan omzet harian.

Ketika ditanya soal hasil dari strategi-strategi yang diterapkan, bapak P mengaku bersyukur. Meskipun perkembangan usaha tidak selalu stabil, secara umum strategi tersebut cukup efektif dalam menjaga kelangsungan usahanya. Menurutnya, dua strategi yang paling efektif adalah distribusi yang dibantu oleh istri dan penambahan variasi menu. Kedua hal tersebut memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan karena mampu menjangkau lebih banyak pelanggan serta mencegah kebosanan dari sisi pembeli.

Bapak P juga mengungkapkan bahwa strategi penambahan menu memberikan hasil yang positif terhadap pendapatan. Varian baru yang ditawarkan mampu menarik perhatian pelanggan lama maupun baru. Begitu pula strategi distribusi yang dilakukan istri beliau sangat membantu, karena dengan adanya dua titik penjualan, omzet pun meningkat. Namun, bapak P menyadari bahwa ada keterbatasan dalam pengembangan usaha ke depannya, terutama karena faktor usia. Beliau sebenarnya berencana untuk menambah menu seperti gorengan, namun tenaga yang mulai melemah membuat rencana tersebut belum terlaksana.

Fluktuasi pendapatan juga menjadi tantangan tersendiri. Menurut bapak P, pendapatan bisa naik turun tergantung pada banyak faktor. Cuaca adalah salah satunya saat hujan, waktu jualan bisa berkurang karena harus berteduh. Selain itu, tanggal tua juga seringkali membuat pembeli lebih hemat sehingga jumlah penjualan menurun. Faktor fisik juga menjadi hambatan. Di usia yang tidak muda lagi, bapak P mengaku sering merasa kelelahan karena harus memproduksi dan berjualan sendirian, hanya dibantu sang istri.

Saat strategi tertentu kurang berhasil, bapak P cenderung tetap menjalankannya selama belum menimbulkan kerugian besar. Misalnya, menu pangsit yang belakangan ini kurang diminati, tetap ia jual meskipun penjualannya tidak sebaik dulu. Ia percaya bahwa segala sesuatu ada

waktunya, dan selama produk masih layak dan tidak rugi, usaha tetap dijalankan.

Dalam hal persaingan, bapak P menyadari banyak penjual lain yang kini menawarkan produk yang lebih variatif dan kekinian. Beberapa dari mereka bahkan menjual pentol dengan berbagai rasa dan versi goreng. Mereka juga menyediakan menu-menu modern yang lebih menarik bagi generasi muda. Meski begitu, bapak P tetap percaya diri dengan kualitas produknya. Ia menekankan bahwa pentol buatannya memiliki ukuran yang lebih besar, rasanya tetap terjaga, dan harganya sangat terjangkau. Konsistensi ini menjadi nilai lebih tersendiri.

Tentu saja, hambatan tidak pernah lepas dari perjalanannya. Saingan yang semakin banyak, modal yang terbatas, serta harga bahan baku yang sering naik menjadi kendala tersendiri. Namun, bapak P tetap menjaga kualitas bahan dan tidak menaikkan harga, meski itu artinya margin keuntungan menjadi lebih kecil. Untungnya, bahan baku mudah diperoleh, sehingga tidak ada kendala berarti dari sisi pasokan.

Dalam menghadapi kendala tenaga kerja, bapak P mengandalkan kerja sama dengan istrinya. Meski lelah, mereka tetap saling mendukung. Ia pun menyadari bahwa cuaca dan siklus tanggal muda-tua sangat berpengaruh terhadap jumlah pembeli. Ketika cuaca cerah dan tanggal muda, biasanya dagangan cepat habis. Sebaliknya, saat hujan dan tanggal tua, penjualan sering menurun drastis.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, bapak P lebih mengandalkan sikap tawakal dan kejujuran dalam berjualan. Ia percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan dan tidak perlu saling menjatuhkan antar sesama pedagang. Kualitas bahan baku dan kebersihan tetap dijaga, karena menurutnya, mencari nafkah harus dilakukan secara halal dan jujur.

Demikianlah cerita perjuangan dan strategi usaha bapak P serta dibalik kesederhanaan usahanya, tersimpan ketekunan, kerja keras, dan prinsip hidup yang menginspirasi. Dengan segala keterbatasan yang ada, bapak P tetap bertahan dan terus berinovasi untuk mengembangkan usahanya, sekaligus menjadi teladan bahwa keberhasilan bukan hanya soal teknologi dan promosi, tapi juga tentang komitmen dan kejujuran dalam berusaha.

d. Informan 4

Nama	: R
Usia	: 35 tahun
Asal	: Solo Jawa Tengah
Lama Berjualan	: 11 tahun
Lokasi Berjualan	: Jl. Sutoyo S – Rawasari
Jumlah Karyawan	: Tidak ada

Bapak R adalah seorang perantu yang kini telah menekuni usaha berjualan pentol selama lebih dari 11 tahun di Banjarmasin. Namun sebelum memutuskan untuk merantau, bapak R sempat bekerja selama dua

tahun sebagai pekerja pada produksi tempe di Semarang. Dari pengalaman itulah, beliau belajar banyak hal tentang proses produksi, manajemen usaha kecil, dan pentingnya kualitas dalam produk makanan.

Setelah berhenti dari pekerjaannya, Bapak R mencoba peruntungan dengan membuka usaha tempe sendiri. Namun seiring berjalannya waktu, usaha tersebut mengalami kemunduran karena semakin banyaknya pesaing yang juga menjual tempe. Pendapatan menurun, sementara kebutuhan hidup terus bertambah. Melihat peluang yang lebih menjanjikan dan adanya dukungan keluarga yang sudah lebih dulu merantau, akhirnya Bapak R memutuskan untuk merantau juga ke Banjarmasin dan memulai usaha baru untuk berjualan pentol.

Pada awalnya, Bapak R menjajakan pentol secara keliling dari gang ke gang. Namun ketika anaknya mulai bersekolah, beliau melihat potensi besar di lingkungan sekolah tersebut. Banyak anak-anak berkumpul pada jam istirahat, dan dari situlah muncul ide untuk mulai berjualan di sekolah. Strategi ini terbukti cukup efektif, karena anak-anak adalah pasar yang potensial untuk jajanan seperti pentol.

Untuk menjaga kualitas dan konsistensi produknya, Bapak R selalu memulai aktivitas hariannya sejak pukul 4 pagi. Ia membeli bahan-bahan di pasar subuh Sentral Antasari, tempat di mana seluruh kebutuhan produksi pentol tersedia lengkap mulai dari bumbu, daging ayam dan sapi, hingga jasa penggilingan. Setelah semua bahan siap, beliau langsung

mengolah adonan, merebus air, mencetak pentol, dan mempersiapkan dagangannya.

Namun, Bapak R menyadari bahwa hanya menjual pentol saja tidak cukup. Untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama anak-anak, ia mulai menambahkan menu baru seperti gorengan bakwan, pangsit isi adonan, kentaki kepala ayam, dan siomay. Keberagaman menu ini menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan pelanggan sekaligus meningkatkan pendapatan, karena membuat pembeli tidak cepat bosan.

Dari segi harga, Bapak R juga menerapkan strategi yang fleksibel. Ia menyediakan pentol dalam berbagai ukuran dan harga, mulai dari seribu rupiah hingga lima ribu rupiah, menyesuaikan dengan daya beli pelanggan yang beragam dari anak-anak hingga orang dewasa. Menu pelengkap seperti bakwan dijual lima ratusan per biji, pangsit empat biji seribu rupiah, dan kentaki kepala ayam seribu rupiah per biji, yang sangat diminati oleh kalangan anak-anak dan orang dewasa.

Meski promosi secara formal tidak dilakukan, Bapak R kerap memberikan bonus kecil kepada pelanggan setianya. Hal ini menciptakan kedekatan emosional antara penjual dan pembeli yang secara tidak langsung menjadi bentuk promosi dari mulut ke mulut sehingga distribusi produk pun juga ikut berkembang. Dalam beberapa bulan terakhir, ada seorang reseller yang membeli pentol darinya setiap dua hari sekali untuk

dijual kembali. Ini membuka peluang baru dalam memperluas jangkauan pasar, meskipun masih dalam skala kecil.

Menurut Bapak R, strategi-strategi yang diterapkannya sejauh ini cukup efektif. Penambahan menu dan menjaga kualitas rasa merupakan dua langkah yang paling berdampak terhadap peningkatan pelanggan. Meski tidak ada data tertulis yang mendetail, beliau merasakan sendiri bahwa pendapatan meningkat sejak strategi ini diterapkan.

Namun, bapak R juga memiliki rencana untuk membuka warung tetap agar bisa berjualan lebih stabil, tidak lagi bergantung pada jam sekolah. Sayangnya, keterbatasan modal dan belum ditemukannya lokasi strategis menjadi hambatan utama. Beliau juga mengalami kesulitan dalam tenaga kerja sejak sang istri yang dulu ikut membantu berjualan memutuskan kembali ke Jawa untuk mengurus anak kecil mereka. Kini, semua proses produksi hingga penjualan ia tangani sendiri, yang membuatnya cukup kewalahan.

Dalam hal persaingan, kondisi persaingan di lingkungan sekolah cukup ketat. Banyak pedagang lain yang juga menjajakan makanan menarik dan bervariasi. Meski begitu, bapak R yakin dengan keunggulan produknya yang memiliki harga terjangkau, rasa yang konsisten, dan kebersihan yang selalu ia jaga. Ia juga memperhatikan strategi pesaing, namun tetap berpegang pada prinsip bahwa kualitas dan kejujuran adalah kunci keberlangsungan usaha.

Terkait bahan baku, Bapak R mengaku tidak mengalami kendala berarti dalam pengadaannya. Namun harga bahan memang sering mengalami fluktuasi. Ia menyiasatinya dengan mengatur pengeluaran dan menyesuaikan komposisi bahan jika diperlukan. Keuntungan usaha yang dijalani pun tidak selalu stabil. Ada kalanya pendapatan meningkat, terutama saat berjualan di hari libur seperti Jumat, Sabtu, dan Minggu, atau ketika ada acara di sekolah. Namun sebaliknya, pendapatan bisa menurun ketika cuaca sangat panas atau muncul pesaing baru yang membawa menu berbeda dan menarik minat anak-anak. Ketika ditanya soal strategi yang gagal, Bapak R mengaku belum pernah mengalami kegagalan yang benar-benar signifikan. Namun jika ada strategi yang dirasa kurang maksimal, ia tidak langsung menghentikannya, melainkan mencoba terus memperbaikinya sambil menyesuaikan dengan kondisi pasar. Meski masih banyak rencana yang belum terwujud, semangat beliau dalam menjalankan usahanya tetap tinggi. Dengan tambahan modal dan dukungan tenaga kerja, bukan tidak mungkin impian beliau untuk memiliki warung tetap akan segera terwujud.

e. Informan 5

Nama (boleh inisial)	: M
Usia	: 46 tahun
Asal	: Jawa Tengah

Lama Berjualan : 12 tahun
 Lokasi Berjualan : Jl. Rawasari samping masjid
 Jumlah Karyawan (Jika ada) : Tidak ada

Bapak M, seorang pria berusia 46 tahun, telah menjalani profesi sebagai pedagang pentol selama dua belas tahun. Lokasi tetap tempat beliau berjualan berada di Jalan Rawasari, tepat di samping sebuah masjid. Sebelum memutuskan untuk menekuni usaha ini, ia pernah bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di sebuah perusahaan kelapa sawit di Malaysia selama lima belas tahun. Setelah masa kontraknya habis, beliau kembali ke tanah air dan sempat bekerja sebagai kuli bangunan di beberapa daerah selama kurang lebih dua tahun. Namun, pekerjaan sebagai kuli bangunan dirasa tidak menentu kadang ada proyek, kadang tidak sementara kebutuhan hidup bersama istri dan anak harus terus terpenuhi.

Dengan pertimbangan matang, bapak M memutuskan untuk merantau ke Banjarmasin dan memulai usaha baru dengan berjualan pentol. Awalnya, ia memasarkan dagangannya secara berkeliling, khususnya di kawasan Teluk Dalam, selama sekitar tiga tahun. Seiring waktu, ia menemukan lokasi yang dianggap strategis, dan sejak saat itu ia memilih untuk berjualan secara menetap atau mangkal, dari pukul 10.00 pagi hingga 18.00 sore setiap harinya.

Dalam strategi pengembangan usahanya, bapak M menerapkan sejumlah pendekatan yang terencana. Dari sisi produk, ia berusaha menjaga

kualitas dan memperkaya variasi menu. Proses produksinya dimulai sejak dini hari. Setiap pukul 04.30 hingga 05.30 pagi, beliau membeli bahan baku di Pasar Sentral Antasari, yang dikenal sebagai pasar subuh. Di sana, semua kebutuhan tersedia, mulai dari tahu, kol, bumbu-bumbu, hingga tempat penggilingan pentol. Setelah berbelanja, proses pengolahan adonan dimulai pada pukul 06.00 pagi air dipanaskan, adonan dicetak, hingga pukul 09.00 semua siap untuk diujakan.

Untuk menarik minat konsumen dan menghindari kebosanan terhadap menu yang monoton, bapak M tidak hanya menjual pentol isi telur, tetapi juga menghadirkan variasi seperti pangsit isi pentol, tahu isi, bakwan, dan tahu. Keberagaman produk ini secara signifikan meningkatkan daya usaha dan mendorong pertumbuhan pendapatan.

Dalam hal harga, Bapak Mardi menetapkan harga yang sangat terjangkau, yaitu mulai dari seribu hingga lima ribu rupiah per porsi pentol, serta gorengan dengan harga hanya lima ratus rupiah. Walaupun harga bahan baku kerap mengalami kenaikan, ia tetap mempertahankan harga jual dan kualitas produknya. Baginya, menjaga kualitas adalah hal utama agar pelanggan tetap loyal. Ia memilih untuk tidak mengambil keuntungan besar, dengan harapan dagangannya selalu habis dan jumlah pelanggan tidak berkurang.

Dari segi promosi, bapak M tidak melakukan strategi pemasaran formal seperti endorse atau iklan. Namun, dalam aspek distribusi, ia

mendapat bantuan signifikan dari sang istri yang juga ikut menjajakan dagangan setiap hari. Selain itu, setiap minggu ada reseller yang memesan pentol dan tahu bakso untuk dijual kembali. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan omzet penjualan secara keseluruhan.

Strategi-strategi yang diterapkan oleh bapak M sejauh ini memberikan hasil yang sesuai harapan. Ia mengakui bahwa pendapatan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Di antara berbagai strategi yang dijalankannya, keterlibatan istri dalam penjualan adalah yang paling berdampak terhadap pendapatan karena dapat memperluas jangkauan pasar dan menambah volume penjualan. Selain itu, strategi mempertahankan kualitas rasa dan tampilan produk juga mendorong peningkatan jumlah pelanggan. Menambah variasi menu terbukti sangat efektif dalam menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Menurut pengakuannya, strategi menambah varian menu membuat pelanggan tidak bosan, dan hal ini secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Dalam hal distribusi, keterlibatan keluarga juga menjadi solusi dalam mengatasi kendala modal serta mendukung kelancaran operasional harian.

Saat ditanya tentang rencana pengembangan usaha yang belum dijalankan, Bapak Mardi menyampaikan bahwa semua rencana yang ia miliki sudah terealisasi, dan saat ini belum ada rencana baru yang akan diterapkan. Ia lebih memilih untuk fokus memperkuat yang sudah ada.

Sejauh ini, tidak ada hambatan besar yang menghalangi pelaksanaan rencana-rencananya.

Namun demikian, keuntungan yang diperoleh dari usaha pentol tidak selalu stabil. Fluktuasi pendapatan kerap terjadi akibat berbagai faktor, terutama kondisi alam. Misalnya, ketika cuaca hujan atau saat hari libur nasional (tanggal merah), aktivitas jalanan cenderung sepi sehingga jumlah pembeli menurun. Meski demikian, bapak M tetap memproduksi dan berjualan meskipun dalam kondisi tersebut.

Dalam menghadapi strategi yang kurang efektif, bapak M memilih untuk terus menjalankan strategi tersebut sambil melakukan perbaikan. Ia meyakini bahwa usaha yang dijalankan dengan konsisten dan diperbaiki secara bertahap akan tetap membuahkan hasil yang baik.

Berbicara tentang persaingan usaha, bapak M mengakui bahwa saat ini jumlah pedagang di sekitar lokasi berjualannya semakin banyak dibandingkan sebelumnya. Para pesaing tidak hanya menjual pentol, tapi juga beragam gorengan. Beberapa dari mereka menyediakan kuah dan menggoreng langsung di tempat, sehingga makanan yang dijual lebih hangat dan menarik bagi pelanggan. Hal ini menjadi salah satu keunggulan pesaing yang tidak dimilikinya karena semua produk gorengan Bapak Mardi diproduksi dari rumah dan tidak digoreng ulang di tempat berjualan, sehingga disajikan dalam keadaan dingin.

Meskipun demikian, bapak M tetap percaya diri dengan kualitas produk yang ia hasilkan. Ia menjaga kebersihan, menggunakan bahan-bahan yang segar, dan menyesuaikan jumlah produksi dengan kondisi pasar. Ia juga tidak ingin sembarangan dalam proses pengolahan karena ingin mempertahankan reputasi dan loyalitas pelanggan.

Hambatan utama yang dihadapi dalam mengembangkan usaha adalah kenaikan harga bahan baku dan meningkatnya jumlah pesaing. Selain itu, keterbatasan modal sempat menjadi kendala, terutama saat harga bahan naik namun nilai jual tetap. Namun, setelah mendapatkan dukungan dari istri, masalah modal dapat diatasi dengan lebih baik.

Bapak M menyebutkan bahwa peningkatan pendapatan biasanya terjadi saat ada pesanan dari reseller dan ketika kondisi jalanan ramai oleh aktivitas masyarakat. Sebaliknya, pendapatan menurun saat jalanan sepi, seperti pada hari libur nasional. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, ia memilih untuk tetap berjualan dan memproduksi seperti biasa, tanpa mengurangi kualitas maupun kuantitas dagangan.

Secara keseluruhan, kisah bapak M adalah potret ketekunan dan kegigihan dalam membangun dan mengembangkan usaha mikro di tengah tantangan dan persaingan yang semakin kompleks. Strategi yang sederhana namun konsisten, keterlibatan keluarga, serta komitmen terhadap kualitas produk menjadi keberhasilan usaha pentol yang ia jalankan hingga kini.

Tabel 4. 4 Ringkasan Hasil Wawancara

No	Informan	Strategi pengembangan	Persaingan Bisnis	Hambatan usaha
1	Bapak H	1. Pemilihan lokasi yang strategis yaitu dipinggir jalan raya dan dekat dengan rumah. 2. Membuat varian pentol dengan berbagai macam isian. 3. Menambah varian macam produk yang dijual tidak hanya pentol saja akan tetapi beraneka macam gorengan. 4. Tetap menjual dengan harga yang terjangkau dari harga Rp 500.00 – Rp. 1.000.00 tidak pernah menaikkan harga jual. 5. Selalu mempertahankan kualitas bahan baku dan kebersihan	1. Pesaing yang lokasi berjualannya sangat berdekatan. 2. Pesaing mengandalkan sistem bonus dalam penjualan pentol. 3. Pesaing menyediakan pentol dengan ditambah kuah yang lebih menarik pelanggan. 4. Pesaing yang menjual makanan lainnya seperti gorengan yang lebih bervariasi dan digoreng ditempat.	1. Harga bahan baku yang sering naik 2. Ketersedian bahan bakar produksi seperti gas yang sering langka sehingga harga beli lebih tinggi. 3. Kendala cuaca seperti hujan yang berpengaruh terhadap penjualan menjadi sepi

		dalam proses produksi 6. Tetap mempertahankan rasa dan tidak mengurangi bahan baku walaupun bahan baku sering naik. 7. Pendistribusian pentol yang dibantu oleh isteri untuk menambah omzet penjualan dan membantu dalam permodalan.		
2	Bapak S	1. Lokasi berjualan yang baru sebulan terakhir pindah, yang asalnya mangkal dipingir jalan kemudian memutuskan berpindah ke dekat pelabuhan dan perkantoran. 2. Awalnya menjual pentol dan gorengan	1. Pesaing yang lokasi berjualannya sangat berdekatan dan banyak. 2. Pesaing menjual produk yang sama dengan harga yang lebih murah. 3. Pesaing menjual produk yang lebih bervariasi.	1. Waktu berjualan yang kadang terlambat karena lambat memproduksi. 2. Kondisi cuaca yang tidak menentu, jika hari hujan maka penjualan es berkurang. 3. Fasilitas produksi yang kurang

		saja, akan tetapi sekarang menambah menu baru seperti minuman botol. 3. Mempertahankan harga jual tidak pernah menaikkan harga jual. 4. Pendistribusian pentol yang dibantu oleh isteri untuk menambah omzet penjualan dan membantu dalam permodalan. 5. Tetap mempertahankan rasa dan tidak mengurangi bahan baku walaupun bahan baku sering naik. 6. Konsisten dalam waktu berjualan.	4. Pesaing memperbolehkan sistem berhutang terlebih dahulu lalu membayar di awal bulan. 5. Pesaing menjual dengan harga yang lebih murah.	sehingga minim jumlah yang dijual. 4. Harga bahan baku yang tidak stabil. 5. Sering terkendala modal.
3	Bapak P	1. Konsisten dalam lokasi berjualan.	1. Pesaing yang menjual makanan	1. Belum ada tempat mangkal sehingga masih berjualan

		2. Awalnya hanya menjual pentol dan tahu saja. Kemudian setahun belakangan ini menambah varian baru yaitu pangsit isi pentol yang dikukus. 3. Menjual dengan harga yang murah. 4. Pendistribusian pentol yang dibantu oleh isteri.	yang lebih menarik dan kekinian. 2. Pesaing yang menjual pentol dengan berbagai macam isian. 3. Pesaing yang menjual pentol dilengkapi dengan gorengan juga	dengan sistem berkeliling. 2. Ingin menambah menu gorengan akan tetapi kondisi tubuh yang sudah tidak kuat lagi karena faktor usia. 3. Kondisi cuaca seperti hujan yang mengakibatkan menunda waktu berjualan. 4. Kekurangan SDM dalam proses produksi karena isteri berjualan juga pada pagi hari.
4	Bapak R	1. Berjualan dengan sitem keliling dan mangkal di sekolahan. 2. Konsisten waktu produksi karena mengikuti jadwal sekolahan.	1. Pesaing baru yang sering muncul dengan produk yang dijual lebih menarik.	1. Jika sekolah libur maka hanya mengandalkan sistem berjualan dengan keliling sehingga pendapatan berkurang.

		3. Menambah varian produk yang lebih banyak agar pelanggan tidak bosan. 4. Menyediakan pentol dengan berbagai ukuran dan harga. 5. Konsisten terhadap kualitas dan rasa produk yang dijual. 6. Pendistribusian dibantu oleh reseller seminggu 3 kali.		2. Kurangnya SDM dalam proses produksi.
5	Bapak M	1. Konsisten berjualan dengan sistem mangkal. 2. Menambah varian produk yang lebih banyak agar pelanggan tidak bosan. 3. Menyediakan pentol dengan berbagai ukuran dan harga.	1. Pesaing yang menjual gorengan dengan sistem digoreng ditempat sehingga disajikan untuk pelanggan dengan kondisi yang masih panas sehingga lebih menarik. 2. Pesaing yang menjual pentol	1. Kenaikan bahan baku yang sering terjadi 2. Keterbatasan modal karena terus bertambah sedangkan pendapatan tetap. 3. Jika hari libur jalanan lebih sepi sehingga pendapatan turun. 4. Faktor cuaca yang tidak menentu.

		4. Mempertahankan kualitas produk. 5. Mempertahankan harga jual.	dilengkapi dengan kuah. 3. Pesaing yang menjual makanan yang lebih beragam.	
--	--	---	--	--

Dalam hasil wawancara ini, kelima orang pedagang pentol di wilayah Kecamatan Banjarmasin Barat menjadi informan utama. Meskipun berasal dari latar belakang yang berbeda dan memiliki strategi usaha yang beragam, terdapat sejumlah persamaan dan perbedaan yang dalam praktik usaha mereka. Adapun persamaan pertama yang terlihat dari kelima informan adalah bahwa mereka seluruhnya memulai usaha pentol sebagai jalan keluar dari keterbatasan ekonomi. Sebelum berjualan pentol, mayoritas dari mereka pernah bekerja sebagai buruh kasar seperti kuli bangunan, tukang ojek, hingga tenaga kerja di luar negeri. Kebutuhan akan penghasilan yang lebih stabil dan peluang usaha di bidang makanan mendorong mereka untuk beralih menjadi pedagang pentol.

Dalam hal operasional, seluruh informan berbelanja bahan baku di Pasar Sentral Antasari, atau yang dikenal sebagai pasar subuh, karena ketersediaan bahan yang lengkap dan harga yang relatif terjangkau. Proses produksi mereka lakukan secara mandiri di rumah, dimulai sejak pagi hari, dan produk dijual baik dengan cara keliling maupun menetap di satu lokasi strategis.

Adapun dari segi harga jual, semua pedagang menetapkan harga yang sangat terjangkau, yakni sekitar Rp1.000 per biji pentol. Menariknya, meskipun harga bahan baku sering mengalami kenaikan, mereka tetap mempertahankan harga dan kualitas produk. Strategi promosi juga memiliki kesamaan, yaitu menggunakan promosi dari mulut ke mulut, tanpa bantuan media sosial ataupun endorse. Dukungan keluarga, terutama dari istri, menjadi kekuatan utama dalam pengelolaan dan distribusi usaha mereka. Beberapa istri bahkan ikut membantu menjajakan dagangan, baik secara langsung maupun melalui sistem reseller. Di samping itu, nilai-nilai seperti kejujuran, kebersihan, dan ketekunan menjadi fondasi moral yang dipegang oleh semua informan dalam menjalankan usahanya. Adapun dari sisi hambatan, mereka menghadapi tantangan yang serupa, seperti kenaikan harga bahan baku, cuaca yang tidak menentu, serta keterbatasan modal dan tenaga kerja.

Di balik kesamaan tersebut, terdapat pula perbedaan antar masing-masing informan. Perbedaan ini terutama terlihat dalam strategi usaha, lokasi berdagang, serta pendekatan dalam pengembangan produk. Bapak H, misalnya, menekankan pada inovasi produk seperti pentol isi keju dan daging cincang serta menambah gorengan untuk memperluas minat konsumen. Ia mangkal di depan Masjid Jami Teluk Dalam dan tetap menjual dengan harga yang sama sejak awal berjualan. Ia juga dibantu penuh oleh istri, baik dalam produksi maupun distribusi. Sementara itu, Bapak S memilih untuk berpindah lokasi dari mangkal ke dekat pelabuhan dan perkantoran agar bisa menjangkau lebih

banyak pelanggan. Ia menambah menu minuman es dalam botol dan gorengan sebagai pelengkap. Namun, ia menghadapi tantangan dari pesaing yang menerapkan sistem pembayaran hutang, sebuah strategi yang sulit ditandingi. Bapak P, yang paling senior dengan pengalaman 33 tahun, masih memilih sistem berjualan keliling dan dibantu istri yang juga berjualan jamu. Meski fisiknya mulai melemah karena faktor usia, ia tetap berinovasi dengan menambahkan menu pangsit isi pentol. Namun, keterbatasan tenaga membuat rencana pengembangan menu lain tertunda. Bapak R menargetkan pasar anak-anak sekolah, sehingga ia menyediakan berbagai ukuran pentol dan variasi menu seperti kentaki kepala ayam, siomay, hingga gorengan. Ia sempat dibantu istrinya, namun kini menjalankan usaha seorang diri. Ia juga mulai menjalin kerja sama dengan reseller sebagai strategi distribusi. Berbeda dengan lainnya, Bapak M telah memiliki tempat mangkal tetap di samping masjid di Jl. Rawasari. Ia menekankan keberagaman menu dan kualitas produk sebagai keunggulan. Selain itu, ia juga sudah memiliki reseller mingguan yang membantu meningkatkan omzet. Namun, tantangan utamanya berasal dari pesaing yang menggoreng langsung di tempat, sehingga dagangan mereka lebih menarik karena disajikan hangat.

B. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pedagang Pentol dalam Meningkatkan Omzet Penjualan dalam Persaingan Bisnis di Wilayah Banjarmasin Barat

Berdasarkan teori strategi pengembangan usaha yang mencakup berbagai aspek seperti pengembangan produk, pemasaran, harga, promosi, distribusi, modal, serta sumber daya manusia (SDM), dapat disimpulkan bahwa para informan telah menerapkan strategi-strategi tersebut secara kontekstual dan adaptif dalam menjalankan usaha berjualan pentol mereka. Dalam hal strategi pengembangan produk kelima informan menunjukkan upaya inovatif untuk menjaga minat pelanggan dengan menambahkan variasi menu. Misalnya, Bapak H menambahkan pentol isi daging cincang dan keju, serta berbagai macam gorengan sebagai pelengkap. Hal serupa dilakukan oleh Bapak S yang tidak hanya menjual pentol saja akan tetapi menjual makanan pendamping lainnya seperti beraneka macam gorengan dan juga minuman. Bapak P yang awalnya hanya menjual pentol saja selama beberapa bulan terakhir membuat varian baru yaitu pangsit kukus yang diisi oleh adonan pentol hal ini guna menarik minat pelanggan agar tidak bosan serta menambah pendapatan. Bapak R yang memiliki pelanggan yang berasal dari kalangan dewasa dan juga anak-anak karena ia berjualan di dua tempat yaitu sekolah dan berkeliling sekitaran kampung,

maka dari itu bapak R tidak hanya pentol dengan satu ukuran saja akan tetapi dari pentol yang kecil, sedang, hingga paling besar. Selain pentol bapak R juga menjual berbagai macam gorengan. Kemudian bapak M yang juga menciptakan berbagai macam varian pentol yang bervariasi dari yang ukuran kecil, sedang, hingga besar dan berbagai macam gorengan. Strategi ini membuktikan bahwa mereka memahami pentingnya variasi produk untuk mencegah kebosanan konsumen dan meningkatkan daya tarik agar menunjang pendapatan.

Pada teori aspek pengembangan pemasaran, sebagian besar informan berawal dari sistem berjualan keliling, kemudian beralih ke sistem mangkal atau menetap di lokasi strategis seperti sekolah, pinggir jalan, atau tempat ramai lainnya. Strategi ini diterapkan setelah mereka melakukan observasi langsung terhadap perilaku konsumen, lalu menyesuaikan lokasi jualan untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses bagi pelanggan. Keputusan untuk menetap dinilai lebih efektif dalam menjangkau pelanggan secara konsisten.

Dari sisi strategi produk para informan secara konsisten menjaga rasa, kebersihan, dan kualitas bahan baku. Mereka percaya bahwa kualitas rasa yang terjaga merupakan faktor utama yang membuat pelanggan tetap datang kembali. Dalam praktiknya, meskipun harga bahan baku mengalami kenaikan, mereka tetap memproduksi pentol dengan kualitas yang sama, tanpa mengurangi takaran atau mengganti bahan dengan kualitas rendah.

Dalam hal penetapan harga, mayoritas informan tetap mempertahankan harga jual yang terjangkau, yakni seribu rupiah per biji pentol. Bahkan ada beberapa yang menyediakan harga bervariasi sesuai ukuran dan isian, seperti yang dilakukan oleh Bapak R dan Bapak M. Strategi ini menunjukkan sensitivitas mereka terhadap daya beli pelanggan dan keinginan untuk menjaga loyalitas konsumen, meskipun dengan margin keuntungan yang lebih kecil.

Strategi promosi yang digunakan oleh informan pada umumnya dilakukan secara tradisional, yaitu melalui promosi dari mulut ke mulut. Mereka tidak menggunakan media sosial atau endorse sebagaimana pelaku UMKM pada umumnya. Meskipun demikian, pendekatan ini terbukti cukup efektif karena promosi yang disampaikan oleh pelanggan secara langsung kepada orang terdekat biasanya lebih dipercaya dan berdampak positif terhadap pembelian.

Untuk aspek distribusi, keterlibatan anggota keluarga, khususnya istri, menjadi strategi penting. Beberapa informan, seperti Bapak H, S, P, dan M, mendapat bantuan langsung dari istri mereka dalam menjajakan dagangan. Bahkan ada yang sudah menjalin kerja sama dengan reseller, seperti yang dialami oleh Bapak R dan Bapak M, yang membantu memperluas jangkauan distribusi produk ke konsumen baru.

Terkait dengan modal usaha, hampir semua informan menyebutkan bahwa keterbatasan dana pernah menjadi hambatan, terutama saat harga bahan baku mengalami kenaikan. Mereka umumnya tidak memiliki akses terhadap pendanaan formal dan lebih mengandalkan hasil penjualan harian atau bantuan keluarga. Namun demikian, melalui manajemen sederhana yang efektif, mereka mampu menjaga kestabilan usaha tanpa terjebak utang.

Sementara itu, dari aspek pengembangan sumber daya manusia, meskipun usaha mereka berskala kecil dan tidak mempekerjakan karyawan, para informan menunjukkan peningkatan kapasitas diri melalui pengalaman kerja sebelumnya dan keterlibatan keluarga. Mereka belajar dari pengalaman sebagai pekerja kasar, TKI, atau buruh harian, dan menerapkan pengetahuan tersebut dalam membangun usaha yang mandiri dan berdaya saing.

Jika ditinjau dari indikator pengembangan usaha seperti peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan, kualitas produk, dan SDM, para informan telah menunjukkan capaian yang positif. Pendapatan umumnya mengalami peningkatan meskipun fluktuatif akibat faktor cuaca, hari libur, atau siklus tanggal muda dan tua. Jumlah pelanggan juga relatif stabil karena loyalitas mereka terhadap rasa dan harga. Inovasi produk terus dikembangkan, dan kapasitas pelaku usaha pun meningkat seiring waktu melalui pembelajaran praktis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi

pengembangan usaha yang dijalankan oleh para informan sangat relevan dengan teori yang ada. Mereka berhasil menerapkan strategi secara kontekstual, meski dalam bentuk yang sederhana, dan mengandalkan prinsip kejujuran, kerja keras, serta dukungan keluarga sebagai fondasi utama keberlangsungan usaha mereka.

Dalam menjalankan dan mengembangkan usaha berjualan pentol, kelima informan menghadapi berbagai hambatan yang menjadi tantangan tersendiri dalam perjalanan usahanya. Meskipun strategi pengembangan telah diterapkan secara mandiri dan penuh perhitungan, tetap saja ada faktor-faktor eksternal maupun internal yang memengaruhi kelancaran usaha mereka.

2. Hambatan dalam proses pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pedagang Pentol

Dalam proses pengembangan usaha tidaklah berjalan dengan selalu lancar akan tetapi terdapat berbagai macam hambatan dalam setiap prosesnya. Hal ini terjadi pada kelima informan yang memiliki kendala yang berbeda-beda. Seperti pada informan bapak H yang menghadapi sejumlah hambatan utama dalam pengembangan usahanya. Salah satunya adalah kenaikan harga bahan baku dan kelangkaan gas elpiji, yang sangat mengganggu proses produksi. Selain itu, cuaca buruk seperti hujan deras juga berdampak langsung pada penurunan jumlah pembeli. Dari sisi

permodalan, terbatasnya dana menjadi kendala saat harga bahan melonjak, sementara Bapak H tetap berkomitmen mempertahankan harga jual. Di sisi operasional, jam kerja yang panjang dan keterbatasan waktu istirahat juga memengaruhi stamina kerja, walau terbantu oleh dukungan keluarga. Serta keberadaan pesaing yang berjualan produk yang sama dengan mengandalkan sistem bonus sehingga mengancam usaha bapak H.

Informan bapak S mengalami hambatan serupa, terutama dalam bentuk keterbatasan fasilitas penunjang, seperti ketiadaan peralatan penyimpan es yang untuk produk minuman tambahannya. Fluktuasi harga bahan baku juga sering kali menyulitkan pengelolaan modal, sementara ia tetap menjaga harga jual tetap terjangkau. Cuaca ekstrem dan tanggal tua menjadi penyebab menurunnya pendapatan. Persaingan yang ketat, terutama dengan pedagang yang memberikan kemudahan sistem pembayaran hutang terlebih dahulu, menjadi tantangan serius dalam mempertahankan pelanggan.

Informan Bapak P mengungkapkan bahwa usianya yang semakin tua mulai menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha lebih lanjut. Kelelahan fisik dan keterbatasan tenaga membuatnya sulit mewujudkan rencana ekspansi menu seperti menambah gorengan. Ia juga menghadapi fluktuasi pendapatan akibat cuaca buruk dan siklus ekonomi pelanggan, terutama saat tanggal tua. Di sisi lain, persaingan dengan pedagang yang

menawarkan menu kekinian menjadi tantangan, meskipun ia tetap percaya pada keunggulan kualitas dan harga produknya.

Informan Bapak R mengalami hambatan utama pada keterbatasan modal untuk membuka warung tetap, serta kekurangan tenaga kerja sejak istrinya kembali ke kampung halaman. Ia harus menjalani seluruh proses produksi dan penjualan sendiri, yang tentu melelahkan dan membatasi kapasitas produksi. Persaingan yang ketat di lingkungan sekolah, tempat ia berjualan, juga memaksanya untuk terus berinovasi. Selain itu, pendapatan tidak selalu stabil karena dipengaruhi oleh musim, hari libur, dan munculnya pesaing dengan menu lebih menarik.

Informan Bapak M menyampaikan bahwa hambatan utama berupa kenaikan harga bahan baku dan meningkatnya jumlah pesaing di lokasi jualan. Meskipun tetap menjaga kualitas dan harga, terbatasnya modal awal membuatnya harus ekstra berhati-hati dalam belanja bahan baku. Selain itu, produk gorengan yang tidak digoreng langsung di tempat, melainkan dibawa dari rumah, menjadi kelemahan dibanding pesaing yang menyajikan gorengan panas di tempat. Ia juga menghadapi fluktuasi pembeli pada hari-hari sepi, seperti saat hujan atau libur nasional.

Secara keseluruhan, para informan menghadapi berbagai hambatan dalam menjalankan usahanya, seperti fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan modal, kondisi cuaca buruk yang berdampak pada jumlah pembeli, kelelahan fisik akibat keterbatasan tenaga kerja, meningkatnya

persaingan usaha, serta kurangnya fasilitas penunjang operasional. Meskipun demikian, dengan ketekunan, kemampuan beradaptasi, dan dukungan dari keluarga, kelima informan mampu bertahan dan bahkan terus mengembangkan usaha mereka di tengah berbagai keterbatasan yang ada.

3. Refleksi Temuan Baru

Berdasarkan analisis terhadap data yang diperoleh, penelitian ini berhasil mengungkap sejumlah temuan baru yang belum banyak dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM), khususnya pada sektor usaha makanan kaki lima seperti pedagang pentol. Pertama, dalam hal strategi pemasaran yang digunakan oleh pedagang pentol di Banjarmasin Barat masih sangat konvensional. Para informan lebih mengandalkan metode promosi langsung, seperti dari mulut ke mulut dan pemilihan lokasi yang strategis, ketimbang memanfaatkan media sosial atau platform digital. Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan dalam adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM sektor informal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa digitalisasi usaha belum sepenuhnya menjangkau semua lapisan pelaku usaha, dan dalam konteks ini berbeda dengan tren yang muncul pada banyak studi UMKM sebelumnya yang menekankan pentingnya pemasaran digital.

Kedua, mayoritas pedagang menggunakan modal usaha dari dana pribadi dan cenderung menghindari akses pembiayaan dari lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah. Alasan utama yang diungkap adalah kekhawatiran terhadap bunga, beban cicilan, dan proses administrasi yang dianggap rumit. Kondisi ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha masih belum sepenuhnya memahami keberadaan dan manfaat lembaga keuangan berbasis syariah sebagai alternatif permodalan. Berbeda dengan penelitian Tia Melysa (2022), yang mencatat bahwa pedagang rumahan masih menggunakan lembaga konvensional untuk pinjaman, para pedagang dalam penelitian ini justru lebih memilih tidak meminjam sama sekali, sehingga menunjukkan perlunya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM.

Ketiga, meskipun inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang pentol terbilang sederhana seperti penambahan rasa baru, variasi ukuran, dan kemasan menarik namun strategi ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat pembeli. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi tidak harus kompleks untuk dapat meningkatkan daya saing, asalkan sesuai dengan preferensi pasar lokal. Dengan kata lain, pendekatan inovatif yang sederhana namun kontekstual terbukti mampu meningkatkan omzet penjualan.

Keempat, pola mobilitas pedagang yang fleksibel menjadi salah satu bentuk strategi adaptif yang cukup efektif dalam menghadapi persaingan

bisnis. Beberapa pedagang memilih berjualan secara berpindah-pindah mengikuti titik keramaian tertentu, seperti dekat sekolah pada jam pulang atau di tempat keramaian pada akhir pekan. Strategi ini belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, yang umumnya lebih fokus pada pengembangan produk dan promosi. Oleh karena itu, pola mobilitas ini bisa menjadi bentuk strategi distribusi dan lokasi yang patut dipertimbangkan sebagai model usaha mikro yang adaptif.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi temuan baru terhadap pengembangan strategi UMKM, terutama dalam konteks usaha kecil sektor informal. Strategi pengembangan yang sederhana namun tepat sasaran, pilihan untuk tetap mandiri secara finansial, serta fleksibilitas dalam menghadapi tantangan lapangan menjadi bentuk keunikan strategi yang dilakukan oleh pedagang pentol di Banjarmasin Barat. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah dan lembaga pendamping UMKM dalam merancang program pemberdayaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan riil pelaku usaha di lapangan.

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh para pedagang pentol di Banjarmasin Barat juga menunjukkan adanya usaha yang sejalan dengan nilai-nilai Islam dalam bermuamalah. Islam mendorong umatnya untuk bekerja keras dan mencari rezeki yang halal dengan cara yang baik dan tidak merugikan orang lain. Dalam kegiatan berdagang, Islam memberikan perhatian besar terhadap etika, kejujuran, dan keadilan yang

mana seluruhnya menjadi fondasi dalam membangun usaha yang tidak hanya untuk sebuah keuntungan akan tetapi bermanfaat serta mendapatkan keberkahan.

Salah satu strategi yang diterapkan oleh pedagang pentol adalah melakukan inovasi produk, mengelola keuangan secara mandiri, dan menerapkan harga yang kompetitif tanpa merugikan konsumen maupun menzalimi pedagang lain. Strategi ini menunjukkan upaya untuk bersaing secara sehat, yang mana hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang tidak melarang persaingan, asalkan dilakukan dengan cara yang baik dan tidak mengandung unsur kecurangan.

Rasulullah SAW bersabda:

"Pedagang yang jujur dan amanah akan berada bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada." (HR. Tirmidzi, no. 1209)

Dalam hal ini, menjaga kejujuran dalam pemasaran produk dan pelayanan kepada pelanggan adalah bentuk nyata dari keislaman dalam berbisnis. Para pedagang pentol yang tetap menjual produk dengan kualitas yang baik dan tidak memanipulasi harga, telah menerapkan prinsip kejujuran yang sangat dijunjung dalam Islam.

Selain itu, dalam menghadapi persaingan usaha, Islam menekankan pentingnya tetap menjunjung tinggi rasa persaudaraan dan tidak saling menjatuhkan. Nabi Muhammad SAW bersabda:

"Janganlah kalian saling membenci, saling mendengki, dan saling membelakangi. Jadilah kalian hamba Allah yang bersaudara." (HR. Bukhari dan Muslim)

Ayat ini menjadi penegasan bahwa persaingan dalam bisnis tidak boleh menghilangkan semangat ukhuwah Islamiyah, dan tidak boleh dilakukan dengan cara-cara yang merusak hak sesama pedagang, seperti menjelekkkan dagangan orang lain atau memonopoli pasar. Dalam aspek omzet atau pendapatan, Islam memandang bahwa seluruh rezeki sejatinya berasal dari Allah SWT. Maka, dalam berusaha, seorang Muslim hendaknya selalu menjaga kehalalan rezeki dan menjauhi praktik-praktik yang bertentangan dengan syariat. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah: 168)

Ayat ini mengingatkan bahwa keberhasilan dalam usaha tidak hanya diukur dari besarnya omzet, tetapi dari kehalalan proses dan keberkahan hasilnya. Oleh karena itu, pedagang yang terus meningkatkan usahanya

dengan cara yang halal akan mendapatkan keberkahan dari Allah, meskipun tidak selalu secara instan terlihat dalam angka omzet.

Dalam Islam, berdagang bukan hanya perkara duniawi, tetapi juga ibadah jika diniatkan dengan baik. Maka dari itu, di tengah kesibukan berdagang, seorang Muslim tetap harus mengutamakan ingat kepada Allah. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jumat, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkan jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui."* (QS. Al-Jumu'ah: 9)

Ayat ini mengajarkan bahwa sebesar apapun aktivitas usaha yang dilakukan, seorang Muslim tidak boleh lalai dari kewajiban utama sebagai hamba Allah, yakni beribadah dan senantiasa mengingat-Nya. Sehingga, usaha yang dilakukan tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga nilai spiritual yang membawa pada ketenangan dan keberkahan hidup.

Dengan demikian, usaha pedagang pentol yang berorientasi pada pelayanan yang baik, ramah, dan jujur kepada pelanggan, telah

menjadi bagian dari manifestasi rahmat tersebut. Menjual makanan yang bergizi, terjangkau, dan mudah diakses masyarakat, adalah bentuk kontribusi sosial yang sangat dianjurkan dalam Islam.

Sebagai penutup, Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya kerja keras dan usaha mandiri dalam mencari rezeki:

"Sesungguhnya Allah mencintai hamba yang berkarya dan bekerja keras." (HR. Thabrani)

Maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pedagang pentol, jika dijiwai oleh semangat kejujuran, etika Islam, dan keikhlasan dalam berusaha, maka bukan hanya omzet dunia yang akan diraih, melainkan juga keberkahan dan pahala akhirat. Penguatan nilai-nilai keislaman dalam pengelolaan usaha ini akan menjadi landasan kokoh dalam membangun UMKM yang tangguh, mandiri, dan diridhai Allah SWT