

Analisis Optimalisasi Produksi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pedagang Kaki Lima Perspektif Bisnis Islam

Indri Paramithasari¹⁾, Khodijah²⁾

¹⁾STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
indrimith4@gmail.com

²⁾STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
khodijah123@gmail.com

ABSTRAK

Optimalisasi produksi merupakan cara bagaimana melakukan produksi agar menggunakan faktor-faktor produksi se efisien mungkin. Yakni bagaimana cara penerapan pedagang kaki pada proses produksinya agar produksinya tetap optimal dalam meningkatkan jumlah penjualannya nemun tidak merugikan orang lain karena optimalisasi produksi bukanlah bentuk kecurangan produksi tetapi pemakaian bahan produksi secara koefisien. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan optimalisasi produksi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan dalam meningkatkan jumlah penjualannya baik secara perekonomian maupun perspektif bisnis Islam. Penelitian ini kualitatif, subjek penelitian ini adalah pedagang kaki lima stadion gelora Bangkalan. Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara,observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan *pertama* optimalisasi produksi dalam meningkatkan penjualan pedagang kaki lima dengan menghemat bahan dan menekan yang dipakai dalam produksi hal ini banyak diterapkan oleh pedagang kaki lima dalam proses produksinya tanpa merugikan pihak kedua yaitu pihak pembeli. *Kedua*, optimalisasi produksi dalam meningkatkan jumlah penjualan pedagang kaki lima sudah ada yang sesuai dengan bisnis Islam. Dimulai dari bahan dan biaya produksi yang halal, pemasaran penjualan pemasaran pedagang kaki lima menurut perilaku produksi dalam Islam. Tetapi ada pula pedagang kaki lima yang kurang tepat dalam menerapkan optimalisasi produksi perspektif bisnis Islam.

Kata kunci : Optimalisasi, Produksi, Jumlah Penjualan

PENDAHULUAN

Produksi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan dengan maksud mewujudkan manfaat atau menambahkan dengan cara mengeksplorasi sumber ekonomi sehingga menjadikan kesejahteraan karena dapat memenuhi kebutuhan manusia (Mujahidin, 2014). Berkaca pada kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya maka sehendaknya produsen dalam memproduksi harus berorientasi terhadap kebutuhan konsumen. Allah menganjurkan kepada hamban-nya untuk senantiasa berusaha dan bekerja sebagaimana firman Allah didalam Al-Qur'an dalam QS. At-Taubah ayat 105.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَّ اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan rasul-nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Pedagang kaki lima merupakan aset yang saat ini menjadi salah satu perhatian pemerintah, banyak sekali pedagang kaki lima yang bermunculan mulai dari pinggiran jalan, depan toko terutama di pusat perkotaan dikarenakan wilayah yang strategis akan lebih mudah untuk menghasilkan uang. Pada dasarnya tempat yang strategis untuk menarik pelanggan, dan pengetahuan demografi konsumen yang akan menjadi target pasar dalam menjalankan bisnis, dengan mengetahui target pasar maka semakin baik pula untuk menentukan lokasi yang strategis, salah satu cara untuk menentukan lokasi usaha yang strategis adalah dengan memerhatikan tingkat keramaian, menjadi akses yang mudah untuk dijangkau masyarakat dan mudah dilihat dari segi pemasaran, lokasi yang dipakai oleh pedagang kaki lima ini juga lebih efektif dalam menghemat biaya dan lebih menguntungkan.

Penelitian ini dilaksanakan pada pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan yang terletak di pusat kota. Alasan mengapa tempat ini dipilih karena tempat ini merupakan tempat strategis untuk berjualan, sedangkan pedagang kaki lima adalah orang yang pandai mengamati tempat-tempat strategis untuk dijadikan peluang usaha. Dalam penelitian ini pedagang kaki lima adalah sasaran atau objek untuk pengambilan data yang akurat, aneka cemilan yang banyak disukai oleh konsumen umumnya mudah ditemukan disana. Penerapan optimalisasi produksi oleh pedagang kaki lima mungkin sudah banyak diterapkan namun dari sekian banyak pedagang akan memakai penerapan optimalisasi dengan cara yang berbeda-beda. Daya saing yang kuat akan membuat pedagang memproduksi dengan aneka ragam rasa, namun tidak menutup kemungkinan minimalisasi biaya mempengaruhi kualitas bahan yang akan diolah sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mempengaruhi tingkat jumlah penjualan.

Banyak dari pedagang kaki lima yang belum memahami bagaimana cara

tepat untuk memaksimalkan produksi karena dalam berbisnis tidak hanya dibutuhkan cara untuk menghasilkan uang, harus dipahami oleh para pedagang kaki lima bagaimana cara yang tepat untuk memaksimalkan produksi tanpa harus melakukan kecurangan sehingga akan merugikan pihak pembeli baik secara ekonomi ataupun kesehatan, yakni ada beberapa cara untuk tetap mengoptimalkan produksi tanpa kecurangan yaitu mengoptimalkan produksi dengan biaya yang sama atau memaksimalkan produksi tanpa harus menambah biaya produksi (Adiwarman, 2017a). Dalam Islam terdapat tatacara dalam memproduksi. Penentuan jumlah produksi yang tepat untuk mendapatkan kunci kesuksesan yang sangat maksimal, maka penjual harus mendapatkan kuncinya yaitu laba yang maksimal untuk melanjutkan produksi atau usahanya, memproduksi juga dapat menyebabkan penjual berpotensi mengalami masalah kelebihan dan kekurangan sumberdaya ataupun bahan untuk melakukan produksi, perencanaan atau insting dalam memproduksi juga di perhitungkan guna menghindari masalah tersebut.

Biaya produksi merupakan biaya untuk pengolahan bahan yang menjadi siap untuk di jual di pasaran, biaya produksi juga dapat dilihat dari objek pengeluarannya, menurut fungsi, jangka waktu, hubungan biaya yang satu dengan biaya lain, prilakunya dan manfaatnya, dalam menentukan dua pendekatan yang dapat menentukan biaya produksi yaitu full costing dan variable costing biaya produksi yang di hitung dengan full costing terdiri dari unsure yang bersifat tetap maupun variabel, biaya yang terlibat dalam full costing biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan overhead pabrik tetap. Pendekatan variable costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya pabrik overhead pabrik variabel.

Cara agar dapat mencapai keunggulan kompetitif segmentasi pasar, penjual harus mampu mengungguli beberapa aspek kualitas hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas produk tetapi juga harus meningkatkan kualitas pada aspek lainnya, yang sudah termasuk dalam sistem penjualan seperti kualitas bahan mentah dari pemasok, kualitas tenaga kerja, kualitas waktu, kualitas mesin dan teknologi, yang digunakan sistem pemasaran yang efektif, serta sistem distribusi yang tepat waktu peningkatan kualitas-kualitas ini dilakukan berdasarkan metode efektif dan efisien.

Bahan olahan yang di olah oleh pedagang kaki lima seperti bakso, pentol, telur gulung, untuk di jual pada masyarakat ini membutuhkan kualitas yang sangat baik dan menarik untuk pelanggan dan membutuhkan rasa yang dapat memikat agar pembeli dapat kembali lagi. Dalam sehari yang harus menghabiskan berapa bahan untuk di jual atau di produksi oleh pedagang kaki lima, untuk bisa menstabilkan produksi dan penjualan harus ada perkiraan atau manajemen yang tepat.

Menentukan kombinasi bahan produksi pada suatu waktu merupakan salah satu keputusan penting dalam keputusan produksi, tujuannya yaitu bisa menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memaksimalkan nilai bersih dari output yang dihasilkan oleh fasilitas produksi keputusan kombinasi produk

tergantung dari jumlah kapasitas fasilitas produksi, permintaan per produk penjualan dan biaya yang terkait dengan produk sebuah perusahaan yang memproduksi lebih dari satu jenis produk cenderung memiliki kendala produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi satu jenis.

Biaya produksi merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan hasil proses produksi agar pendapatan yang dihasilkan dapat optimal. Biaya produksi yang murah akan cenderung menghasilkan produksi dengan mutu rendah, sedangkan biaya produksi yang mahal akan cenderung bagus namun dapat merugikan penjual karena ketidakseimbangan biaya produksi dengan tenaga produksi.⁴ Maka dari itu dibutuhkan manajemen yang tepat agar biaya, tenaga, dan jumlah produksi dapat dimaksimalkan. karena semua input yang digunakan mengandung biaya, maka prinsip dari produksi adalah bagaimana produksi dapat berjalan sehingga mampu mencapai tingkat yang maksimum dan efisiensi dengan, (1) memaksimalkan output dengan menggunakan input tetap, (2) meminimalkan penggunaan input untuk mencapai tingkat output yang sama (Adiwarman, 2017b).

Mengontrol persediaan stok barang (inventory control) masih menjadi masalah yang telah banyak terjadi pada perusahaan yang bergerak pada industri dengan skala menengah dan kecil yang masih menggunakan system pencacatan stok barang secara manual, peramalan juga dapat diartikan proses untuk dapat memperkirakan berapa kebutuhan di masa yang akan datang yang meliputi kebutuhan kuantitas, kualitas waktu dan lokasi yang di butuhkan dalam rangkan memenuhi permintaan barang ataupun jasa, peramalan juga dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode peramalan kualitatif didasarkan pada nilai opini dewan eksekutif dan opini penjualan survey pasar, pendekatan kualitatif menggunakan data dari hasil observasi ataupun wawancara.

Pengoptimalan produksi setiap penjual memerlukan stok bahan yang akan di jual kepada masyarakat di tempat pangkalan penjual, maka stok penjual dengan bahan yang beli untuk di jadikan bahan jual harus memperkirakan target atau kebutuhan setiap harinya. Berapa bahan yang dihabiskan dan berapa bahan yang harus di jual, harus ada hitungan laporan keuangan dalam sehari-hari untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Pengoptimalan produksi dapat dicapai dengan meningkatkan produktivitas, sehingga dapat meningkatkan efisiensi yang tinggi dan akan berdampak pada hasil akhir produk dimana jumlah penjualan juga akan tinggi. dengan hal tersebut rencana produksi atau target produksi dapat dicapai dengan cepat.

Pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan merupakan subjek dalam penelitian ini sedangkan objek penelitiannya di Stadion Gelora Bangkalan pada penelitian ini akan diteliti bagaimana penerapan optimalisasi produksi pedagang kaki lima dalam meningkatkan jumlah penjualan perspektif bisnis Islam. Optimalisasi merupakan cara bagaimana pengoptimlisan bahan produksi ini dengan cara menekan biaya produksi seperti membeli bahan dengan jumlah tidak sesuai dengan syariat Islam, melakukan kecurangan yang

dapat merugikan orang lain demi keuntungan semata. banyak sehingga dapat meningkatkan jumlah pendapatan atau melakukan pengoptimalan lain dalam produksi agar dapat meningkatkan pendapatan mereka, banyak pedagang kaki lima yang bahkan dalam proses produksinya saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yakni terkait dan langsung berinteraksi dengan manusia, dimana pendekatan penelitian ini mengamati dan memahami gejala-gejala atau masalah yang dialami oleh orang-orang tertentu (Sugiyono, 2014). Subjek penelitian ini adalah pedagang kaki lima yang bertempat di Stadion Gelora Bangkalan, yang berlokasi Jl. Soekarno Hatta Bangkalan Madura. Lokasi inidipilih karena Stadion Gelora Bangkalan merupakan salah satu tempat dengan jumlah pedagang kaki lima yang banyak disekitarnya, dan lokasi ini juga biasa dipilih oleh penduduk Bangkalan untuk bersantai, berlibur dengan keluarga, tak sedikit mahasiswa yang memilih untuk melakukan aktifitasnya disana.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah semua data yang diperoleh dilapangan telah terkumpul maka dilakukan pengolahan data. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan simpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Optimalisasi Produksi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pedagang Kaki Lima

Optimalisasi produksi dalam meningkatkan jumlah penjualan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan meliputi tahapan proses produksi dan biaya produksi tahapan proses produksi ini meliputi penyiapan bahan baku, perebusan bahan, penggorengan dan pengemasan. Hal ini sesuai dengan definisi optimalisasi yaitu cara untuk mengefektifkan serta mengefisienkan sumber daya yang ada dalam perusahaan sehingga dapat menekan biaya serta meningkatkan keuntungan (Alhababy, 2016). Optimalisasi yaitu cara perusahaan dalam meningkatkan keuntungan dan menekan biaya serendah mungkin sedangkan produksi berarti menciptakan nilai guna atau utility untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Muhammad agus, 2021).

Optimalisasi menurut poerwadarminta adalah hasil yang dicapai sesuai dengan yang diinginkan, jadi optimalisasi merupakan cara atau upaya untuk mendapatkan hasil yang diharapkan secara efisien dan efektif (Rattu et al., 2022). Optimalisasi produksi sesuai dengan penerapan pedagang kaki lima adalah cara memproduksi agar mendapat laba atau keuntungan dengan cara yang efisien.

Pengoptimalisian produksi dalam penyiapan bahan baku yakni membeli bahan dan menyiapkan bahan sesuai dengan waktu dan kebiasaan yang dilakukan sehari-hari, penyiapan dan perebusan bahan dimulai dipagi hari sampai siang hari dan sore hari sudah siap untuk diproduksi. Produksi berarti

memenuhi semua kebutuhan melalui kegiatan bisnis karena salah satu tujuan utama bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (needs and wants) manusia. Islam sebagai pedoman hidup telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sedangkan dalam memproduksi terdapat etika dan tanggung jawab dimana seorang produsen dilarang memproduksi sesuatu yang kurang bermanfaat sehingga mengakibatkan keborosan terhadap konsumen.

Optimalisasi produksi untuk meningkatkan jumlah penjualan yang kedua adalah menekan biaya bahan produksi dimana biaya bahan produksi ini pedagang membeli bahan dengan jumlah banyak agar dapat meminimalisasi jumlah biaya bahan produksi yang akan dikeluarkan, cara ini merupakan cara efektif yang biasa dilakukan oleh pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan.

Hasil wawancara dengan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan cara optimalisasi produksi dengan menekan biaya produksi agar bisa mencapai laba maksimal tanpa mengurangi kualitas dan kuantitas hasil produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh pedagang kaki lima ini meliputi biaya bahan baku dan juga biaya transportasi. Harga pokok produksi juga tidak terlepas dari penghitungan biaya produksi Karena harga biaya bahan baku merupakan pokok dari produksi. Biaya produksi dianggap efektif apabila hasil yang diproduksi memenuhi standart nilai kualitas dan kuantitas jika berbanding sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan (Hidayat & Halim, 2013). Demikian dengan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan akan menghitung biaya yang dikeluarkan selama proses dan tahapan tahapan produksi.

Sesuai dengan biaya produksi menurut putra indikator yang terdapat dalam biaya produksi salah satunya adalah biaya bahan baku yakni pengeluaran biaya selama proses pengolahan bahan-bahan untuk di produksi (Putri et al., 2022). Biaya tidak bisa dilepaskan dari produksi selama proses produksi itu berlangsung oleh karena itu tindakan pedagang kaki lima dalam menekan biaya produksi merupakan cara agar produksi berjalan secara optimal tanpa kendala apapun.

Wawancara dengan bapak Syamsul Airifn menjelaskan bahwa dalam produksi skala kecil yakni hanya perkiraan pedagang akan melakukan cara khusus untuk mengoptimalkan penjualan tanpa merugikan pihak pembeli. Namun ada penjual lain yang mencampurkan bahan telur ayam dengan air dengan alasan agar rasa lebih enak dan juga menambah keuntungan penjualan hal ini sesuai dengan keterangan yang dijelaskan oleh narasumber. Seorang wirausahawan adalah penentu resiko dan penanggung resiko mereka memahai betul resiko yang akan ia hadapi dalam sebuah pengambilan keputusan dan tindakan (Herdiana, 2013). Wirausahawan dalam mengerjakan sesuatu lebih berorientasi pada hasil yang ingin dicapai dibandingkan bekerja secara rutin.

Terkadang pembeli akan merasa dirugikan jika porsi yang diproduksi dengan yang di inginkan berbeda, tentu hal ini akan memicu rasa dirugikan oleh penjual. Penjual semata mata memproduksi dengan harapan ingin keuntungan banyak tapi tidak memperhatikan tingkat kepuasan konsumen. Penjual yang

terlalu mementingkan kepentingan pribadinya namun tidak memerhatikan tingkat kualitas terhadap produksinya akan membuat pembeli tak ingin kembali.

Saat ada acara besar di Stadion atau pada malam malam tertentu maka pengoptimalan produksi akan bertambah pula karena jumlah permintaan semakin meningkat, banyaknya pengunjung di Stadion akan memengaruhi kebutuhan produksi dan pada acara khusus pedagang akan menyiapkan lebih banyak bahan yang siap olah diproduksi. Tak salah jika Stadion Gelora Bangkalan ini menjadi titik pemilihan lokasi untuk berjualan oleh para pedagang karena selain menjadi tempat kunjungan anak anak hingga dewasa banyaknya pedagang kaki lima memicu pikiran orang sekitar Bangkalan untuk membeli aneka jajanan disana.

Kesimpulannya adalah optimalisasi produksi pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan menggunakan dua cara atau dua tahap yaitu tahap pertama tahapan proses produksi dan yang kedua adalah tahapan biaya produksi tahapan proses produksi pedagang kaki lima ini dengan cara menghemat bahan baku selama proses pengolahan bahan agar pendapatan lebih meningkat namun tidak mengurangi kualitas terhadap hasil produksi. Kedua pada manajemen biaya produksi, manajemen biaya pedagang kaki lima membeli dalam jumlah banyak agar pengeluaran lebih bisa ditekan namun terdapat dari pedagang kaki lima yang membeli bahan sistem harian agar input dan output mudah diketahui. Meski begitu pedagang tetap mengupayakan agar pengeluaran tetap bisa ditekan.

2. Optimalisasi Produksi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pedagang Kaki Lima Perspektif Bisnis Islam.

Islam menganjurkan produksi seorang penjual agar tidak berlebih lebihan dalam memakai bahan produksinya yakni mereka memakai bahan bahan sesuai dengan kebutuhan produksi saja. Namun tidak halnya dengan perilaku penjual yang tidak bertanggung jawab dan merugikan pihak pembeli atau merugikan dirinya sendiri dikarenakan kecurangan dalam produksi sehingga ia hanya mementingkan kebutuhannya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan dan kepuasan pembeli.

عَنِ الْمُقَدَّامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَا أَكَلَ
أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدَيْهِ وَأَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ
كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدَيْهِ (رواه البخاري)

Artinya; "Dari Miqdam RA dari Rasul SAW beliau bersabda tidaklah seseorang mengkonsumsi makanan hasil kerja (produksi) nya sendiri dan sesungguhnya nabi Daud AS mengonsumsi dari hasil kerjanya sendiri" (Bukhari, 1966).

Hadits diatas menjelaskan bahwa dalam hidup seseorang lebih mulia jika mereka tidak menengadahkan pada orang lain mereka bertahan hidup dengan hasil kerja keras yang mereka tuai. Pedagang kaki lima juga mendapatkan hasil dari jerih payahnya sendiri tanpa harus meminta minta pada orang lain karena dalam Islam seseorang mempunyai tanggung jawab atas dirinya sendiri dan

orang yang berada dalam genggamannya yakni orang-orang yang wajib ia tanggung kehidupannya.

Semua tujuan produksi dalam Islam pada dasarnya adalah untuk menciptakan *mashlahah* yang optimum bagi manusia secara keseluruhan sehingga akan dicapai *falah* yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia (Apriyanto, 2020). Kesejahteraan atau yang disebut *falah* tersebut dapat dicapai oleh pedagang kaki lima dan pekerja pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan. Hal ini dapat menjawab pertanyaan mengapa jumlah pedagang kaki lima saat ini semakin banyak.

Pada dasarnya banyaknya pedagang kaki lima banyak menuai hasil yang positif terhadap orang lain dimana selain mereka dapat membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain. Pekerjaan sebagai pedagang kaki lima dapat menebarkan manfaat kepada diri sendiri yakni berkurangnya tingkat pengangguran baik itu bagi pedagang individu atau bagi pemilik dagangan yang mempunyai beberapa unit, dari inilah dapat tercapai *falah* atau kesejahteraan yang diharapkan dari bisnis Islam.

a. Perilaku Produksi Perspektif Bisnis Islam

Perilaku produksi merupakan perilaku atau etika produsen dalam memproduksi. Dalam Islam berbisnis terdapat etika yang seharusnya menjadi perilaku penjual salah satunya bertanggung jawab terhadap bisnis berupa penyediaan produk yang aman bagi konsumen. Kewajiban bertanggung jawab ini mempunyai istilah *Product Liability*.

Pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan sesuai dengan bisnis Islam melakukan optimalisasi dengan cara berhemat dan tidak menghambur-hamburkan bahan, karena sifat menghambur-hamburkan ini selain merugikan diri sendiriyakni harapan dalam mendapatkan laba berbalik menjadi kerugian perilaku boros ini juga merupakan sifat yang tercela sebagaimana bunyi ayat dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

Artinya: "sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara syaitan dan syaitan itu sangat ingkar kepada tuhannya" (Departemen Agama RI, 2011).

Produsen didorong untuk melakukan kegiatan produksi yang memerhatikan upaya penghematan penggunaan bahan baku dan faktor produksi lainnya dan secara bersamaan menerima konsekuensi lagi berupa penghematan biaya (Sunyoto, 2016). Upaya ini dipakai oleh pedagang kaki lima sesuai dengan hasil wawancara diatas yakni hemat dalam berjualan agar kita untung namun tidak membuat pembeli rugi. Artinya memakai bahan produksi ala kadar kebutuhan saja karena kepuasan pelanggan juga dibutuhkan dalam bisnis.

Penggunaan bahan baku dalam produksi yang berlebihan akan menimbulkan kerugian dimasa yang akan datang karena kurangnya

ketersediaan bahan baku produksi (Sunyoto, 2016). Oleh karena itu, pentingnya penerapan optimalisasi produksi oleh para pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan untuk mencapai laba maksimum dan tetap mempertahankan daya guna dari hasil produksinya.

Menurut pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan ada dari pedagang kaki lima lain yang terkadang dalam berjualan kurang tepat dalam hal upaya meningkatkan jumlah keuntungan yakni mencampurkan bahan telur dengan air agar pendapatan lebih banyak memakai alibi agar rasa makanan lebih enak, pedagang yang mencampurkan bahan lain tentu penggunaan bahan produksinya jauh lebih sedikit. Hal ini membuktikan terdapat dari pedagang kaki lima dalam pengoptimalan produksi kurang tepat yakni hanya dengan mengedepankan keuntungan semata. Sedangkan tujuan utama produksi adalah memuaskan konsumen bukan untuk mengambil keuntungan saja.

Konsep pemakaian bahan produksi secara hemat dalam bisnis islam adalah upaya produsen untuk mengoptimalisasi produksi. Konsep ini dilakukan untuk penerimaan laba atau keuntungan yang lebih besar karena proses produksi barang dan jasa yang koefisien ini mendorong ketersediaannya bahan baku, sehingga harga lebih terjangkau, penghematan bahan dalam jangka panjang dan tenaga yang layak dalam proses produksi untuk menghasilkan laba yang lebih besar.

Tujuan utama produksi yakni memenuhi kebutuhan konsumen, menjadi pelayan keinginan konsumen, secara makro memiliki kontribusi sebagai penggerak perekonomian suatu Negara. Maka dari itu, penjual diharap agar memiliki sifat mementingkan kepentingan orang lain dengan cara memproduksi secara proaktif, kreatif dan inovatif. Tidak semata ingin memaksimalkan laba maksimum (Sunyoto, 2016).

Visi masa depan dalam berbisnis merupakan etika pertama dan paling utama dalam yang digariskan didalam Al-Qur'an, sehingga pelaku-pelakunya tidak sekedar mengejar keuntungan sementara yang akan segera habis tetapi selalu memiliki orientasi dimasa depan. Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 18-19

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ
يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَدْحُورًا وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ
كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا

Artinya; siapa yang menghendaki kebahagiaan (kehidupan) yang cepat (dunia) maka kami segerakan dunia ini apa yang kami kehendaki bagi orang yang kami kehendaki dan kami tetapkan baginya neraka jahannam. ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir Barang siapa yang menghendaki kebahagiaan akhirat (masa depan) dan berusaha kearah itu dengan bersungguh sungguh lagi dia seorang yang mukmin, maka mereka itulah adalah orang orang yang usahanya disyukuri (dibalas dengan baik) (Departemen Agama RI, 2011).

Bisnis merupakan sarana seseorang untuk mencapai kesejahteraan para pelaku ekonomi maka dari itu laba dalam berbisnis adalah tujuan akhir dari pada berbisnis, karena dari laba tersebut seorang produsen dapat mencapai tujuan yang ingin ia capai salah satunya adalah berkembangnya bisnis yang dijalankan. Jika laba yang diperoleh maksimal maka juga akan menambah nilai tambah bagi konsumen karena banyaknya pencapaian suatu bisnis akan menambah nilai pandang konsumen terhadap bisnis yang dikelola.

Logika pencapaian laba maksimal berhubungan dengan sistem bisnis yang bersifat sistematis. Laba merupakan hasil finansial yang didapat dengan cara usaha keseluruhan usaha dalam berbisnis memerlukan dana agar tercipta suatu produksi baik barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen (Muhamad, 2019). Dari laba inilah kemudian diharapkan bisnis yang maksimal.

b. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perspektif Bisnis Islam

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan dan acuan serta alokasi, terutama respon perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah (Yanti & Idayanti, 2022).

Bisnis tidak bisa dipisahkan dari kegiatan pemasaran. Sebab pemasaran merupakan perencanaan, pelaksanaan penjualan. Karena itu, seorang wirausahawan harus mengetahui dan memahami bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang amat penting dalam menjalankan usaha baik itu usaha besar atau kecil. Wirausahawan harus mampu mempertahankan kepercayaan konsumen dengan cara member kepuasan kepada konsumen baik dari produksi maupun pelayanan.

Kepuasan konsumen dalam berbisnis akan memberikan nilai tambah terhadap bisnis dimasa depan. Sedangkan kepuasan yang dimaksud ini adalah rasa senang, lega atau kecewa terhadap produk atau jasa yang ia beli (Herdiana, 2013). Salah satu strategi pemasaran dalam suatu bisnis adalah peningkatan pelayanan terhadap pembeli. Terdapat beberapa kiat serta etika Rasulullah membangun citra dalam berdagang yaitu: penampilan, pelayanan dan pemuasan (Muhamad, 2018). Penampilan dagang Rasulullah tidak menipu atau membohongi pelanggan baik menyangkut kualitas atau kuantitas. Logika dalam pemasaran adalah menjaga kelestarian produk yang dijual. Perbedaan penampilan ketika pembeli mengkonsumsi hasil produksi akan mengakibatkan kekecewaan pada konsumen, hal inilah yang banyak menimbulkan unsur dibohongi oleh penjual.

Kualitas pelayanan meliputi etika etika dalam berbisnis oleh karena itu salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pembeli. Pembeli cenderung peka dengan sikap penjual dimana jika seorang penjual dalam melayani kurang baik maka akan menurunkan nilai plus pada penjualan.

Berdasarkan data wawancara dengan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan mempunyai perilaku tanggung jawab atas usaha dan produksinya. Mengamati dari jawaban tersebut pedagang kaki lima Stadion menerapkan produksi sudah sesuai dengan bisnis dan etika bisnis Islam. Karena penjual harus berani menjamin keamanan produk yang mereka produksi tidak memproduksi sesuatu yang merugikan bahkan membahayakan konsumen. Hal ini banyak dipahami dan diterapkan oleh para pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan, mengolah dan memproduksi bahan yang sudah jelas dan dipastikan aman dikonsumsi oleh pedagang kaki lima.

Hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna. Dari sini dapat kita pahami kepuasan dalam konsep berbisnis adalah rasa puas yang dirasakan oleh kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Pemuasan ini meliputi pemuasan produksi maupun pelayanan pada pembeli sedangkan pemuasan kepada penjual adalah pendapatan dari hasil produksi.

SIMPULAN

1. Optimalisasi produksi dalam meningkatkan jumlah penjualan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan yaitu meliputi tahapan proses produksi dan biaya bahan produksi, tahapan proses produksi ini dengan cara menggunakan bahan produksi sesedikit mungkin tanpa merugikan konsumen, cara optimalisasi produksi pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan yang kedua dengan mengatur biaya produksi, ada pedagang kaki lima yang mengatur input output yakni mengatur biaya dengan cara membeli bahan dalam jumlah yang banyak Ketidaktepatan pengelolaan biaya tentu akan mengakibatkan boros karena tidak memperhitungkan biaya produksi.
2. Optimalisasi produksi dalam meningkatkan jumlah penjualan pedagang kaki lima Stadion Gelora Bangkalan sudah ada yang sesuai dengan bisnis Islam. Dimulai dari bahan dan biaya produksi yang halal, pemasaran penjualan pemasaran pedagang kaki lima menurut perilaku produksi dalam islam. Tujuan awal produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pedagang kaki lima tetap setia melayani pelanggan agar tercapai apa yang di inginkan oleh pedagang yaitu keberlanjutan usaha yang dijalankan.

REFERENSI

- Adiwarman. (2017a). *Ekonomi Mikro Islam*. PT. Rajagrafindo.
- Adiwarman. (2017b). *Ekonomi Mikro Islam*. PT. Rajagrafindo.
- Alhababy, A. M. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 14(5), 1-23.
- Apriyanto, I. dkk. (2020). *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. CV. Budi Utama.
- Bukhari, S. (1966). *Maktabah Syamilah: Shahih Bukhari*.
- Departemen Agama RI. (2011). *Al Qur' An Dan Terjemahan*. Duta Surya.
- Herdiana, N. A. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. CV. Pustaka Setia.
- Hidayat, L., & Halim, S. (2013). Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 159-168.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>
- Mastur, M., Khotib, A. M., & Illiyah, L. (2023). Analisis Transaksi Digital Simpanan Santri Pondok Pesantren Nurul Cholil Dalam Perspektif Islam. *Ekosiana Jurnal Ekonomi Syaria h*, 10(2), 83-93.
- Muhamad. (2018). *Bisnis Syariah Transaksi Dan Pola Pengikatannya*. PT. Rajagrafindo.
- Muhamad. (2019). *Pengantar Bisnis Syariah*. UPP STIM YKPN.
- Muhammad agus, H. (2021). Tenaga Kerja Dan Tingkat Produksi Menggunakan Analisis Marginal Produksi. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 35-46. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i02.1530>
- Mujahidin, A. (2014). Aktifitas Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.15642/islamica.2009.3.2.77-89>
- Putri, A. G. P., Lilianti, E., & Putra, P. S. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Volume Penjualan pada Perusahaan Subsektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 187-197.
- Rattu, P. N., Pioh, N. R., & Sampe, S. (2022). Optimalisasi Kinerja Bidang Sosial Budaya dan Pemerintahan dalam Perencanaan Pembangunan (Studi di Kantor Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Minahasa). *Jurnal Governance*, 2(1), 1-9.
- Sabil, A. (2023). ANALISIS STRATEGI PROMOSI BISNIS DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO AL-FIRDAUS PONDOK PESANTREN SYAICHONA MOH. CHOLIL BANGKALAN. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 113-137.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RnD*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. dkk. (2016). *Etika Bisnis*. PT. Buku Seru.

Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.