

**TINJAUAN ETIKA BISNIS TERHADAP PERSAINGAN
PRODUSEN TAHU DI KAMPONG BLOK VI ACEH**
**(A REVIEW OF BUSINESS ETHICS ON THE COMPETITION OF
TOFU PRODUCERS IN VILLAGERS BLOK VI ACEH)**

Muhd.Farabi Dinata^{1*}

¹STAI Syekh Abdur Rauf Singkil, Indonesia

*Corresponding email: muhdfarabidinata@gmail.com

Article Info	Abstract
Received: 08-06-2022 Revised: 10-06-2022 Accepted: 30-06-2022	<i>This study discusses the problem of reviewing Islamic business ethics on competition between tofu producers in block VI village, Gunung Meriah District, Aceh Singkil Regency. The purpose of this study is to explain the competition of tofu producers as well as to analyze how business ethics reviews it. This research is a qualitative research, namely descriptive research, data collection through interviews, observation and documentation. The results of the research showed that the situation of tofu producers in the village of Block VI Subdistrict is that sometimes they knock each other down fellow producers, some are competing healthily for products and some are not competing healthily, and sometimes there are producers who deliberately drop prices. The form of business competition problems between tofu producers in Block VI villages is a product competition problem, a price competition problem, and a marketing competition problem. If you look at Islamic business ethics towards the practice of competition between tofu producers in Block VI village, Gunung Meriah District, Aceh Singkil Regency, some are in accordance with Islamic business ethics and some are not in line with Islamic business ethics of the people</i>
Keywords: Manufacturer Competition; Tofu business; Business ethics;	
Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Persaingan Produsen; Usaha tahu; Etika bisnis;	Penelitian ini membahas masalah tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan antara produsen tahu di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan persaingan produsen tahu sebagai menganalisis bagaimana tinjauan etika bisnis terhadap hal tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu riset yang bersifat deskriptif, pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Keadaan produsen tahu di desa Blok VI Kecamatan adalah kadang-kadang saling menjatuhkan sesama produsen, ada yang bersaing secara sehat terhadap produk dan ada juga yang tidak bersaing secara sehat, serta kadang-kadang ada produsen yang sengaja menjatuhkan harga. Bentuk masalah persaingan usaha antar produsen tahu di desa Blok VI masalah persaingan produk, masalah persaingan harga, dan masalah persaingan pemasaran. Jika melihat etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan antar produsen tahu di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil adalah sebagian ada yang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian ada juga yang tidak sejalan dengan etika bisnis Islam



Copyright© 2022 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Bisnis perdagangan semacam perdagangan bukanlah hal baru dalam agama Islam. Jauh sebelum adanya bisnis perdagangan di era modernisasi ini hal tersebut sudah terlebih dahulu dilakukan oleh umat Islam itu sendiri. Bahkan Rasulullah SAW sendiripun merupakan seorang pebisnis perdagangan yang ulung. Hal tersebut bisa kita lihat dari kisah atau riwayat tentang dipercayakannya Rasulullah SAW oleh Khadizah yang kelak menjadi istri beliau untuk membawa dan memperjual belikan barang dagangan miliknya. Rasulullah sendiri dalam berdagang atau berbisnis selalu menerapkan nilai-nilai dan etika yang sesuai dengan ajaran agama Islam (Yahya, 2020: 17).

Dalam ajaran Islam sendiri berbisnis perdagangan sebenarnya adalah pekerjaan yang mulia selama bisnis perdagangan tersebut halal, dan menerapkan nilai-nilai *syari'ah*, tidak menyakiti dan merugikan orang lain. Islam telah mengatur perdagangan yang baik dari hal yang sekecil-kecilnya sampai kepada hal yang sebesar-besarnya. Pedagang yang baik dan jujur, dan tidak saling jatuh menjatuhkan serta menjaga akhlak dan moral merupakan pedagang yang sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, sedangkan kebalikan dari hal di atas merupakan nilai yang bertentangan dengan ajaran Islam (Miskahuddin, 2021: 44).

Secara kebetulan di Desa Blok VI penduduk dan penghuninya adalah mayoritas orang Jawa. Tentu saja hal ini akan berdampak pada *culture* orang Jawa itu sendiri, yakni mulai dari ucapan, adat istiadat, dan makanan yang mereka biasa perjual belikan dan olah di dalam kehidupan sehari-hari. Masalahnya adalah ketika orang Jawa tersebut ternyata suka memperjual belikan dagangan tahu dan memproduksikannya secara luas khususnya di Desa Blok VI dan sekitarnya, maka mulailah muncul kompetisi bisnis perdagangan tahu yang tidak sehat. Bahkan bukan saja suku Jawa itu sendiri yang mulai menampakkan geliat bisnis perdagangan yang tidak sehat, akan tetapi secara perlahan-lahan masyarakat suku Aceh Singkil lainnya yang sedikit demi sedikit sudah belajar cara memproduksi tahu pun ikut memperkeruh suasana bisnis perdagangan tahu.

Menurut pengamatan awal penulis etika bisnis Islam dalam hal perdagangan tahu yang sering mereka langgar adalah misalnya suku Aceh Singkil yang telah bisa memproduksi tahu sendiri mulai menjatuhkan lawannya dengan cara *character assassination* (pembunuhan karakter pribadi lawan). Hal tersebut mereka tempuh dan laksanakan dengan cara menjelek-jelekkan pengusaha tahu lainnya, agar konsumen hanya tertarik untuk membeli tahu kepada dirinya sendiri.

Pengamatan awal penulis yang berikutnya adanya pelanggaran etika bisnis Islam antara produsen tahu di Desa Blok VI ini adalah seperti adanya pengusaha dan produsen tahu yang kadang-kadang sengaja menjatuhkan harga tahu di pasaran, maka setelah hal tersebut dilakukan secara otomatis tentu konsumen akan bersimpati kepadanya. Padahal cara-cara yang sedemikian tentunya merupakan cara-cara yang tidak baik dan sangat bertentangan dengan etika bisnis Islam. Hal tersebut sampai sekarang ini masih berlaku dan belum ada perubahan yang signifikan. Tentunya sebagai sesama muslim perkara-perkara tersebut sangatlah tidak baik untuk dijadikan patokan dalam berbisnis khususnya antara produsen tahu yang satu dengan yang lain.

Penelitian terdahulu yang mengkaji persaingan produsen tahu telah dilakukan sebelumnya, seperti oleh: 1). Syaeful Bakhri dan Latip Purnamayang pada tahun 2018 berfokus pada Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa (Syaeful Bakhri & Latip Purnamayang, 2018: 284-299); 2). Yuliansyah pada tahun 2021 berfokus pada pemasaran produk tahu/ tempe (Yuliansyah et al., 2021: 1-16); 3). Putro pada tahun 2021 berfokus pada Pendampingan Manajemen Produk UMKM Tahu Barokah (Putro et al., 2021: 246-253). Kajian tersebut belum membahas persaingan produsen tahu dalam perspektif etika bisnis.

Artikel ini berusaha melengkapi kajian-kajian tersebut di atas, yang secara umum memandang persaingan harga yang dapat menjatuhkan hal yang tidak dibenarkan. Artikel ini bertujuan untuk mendiskripsikan produsen tahu dan menjelaskan masalah yang dihadapi produsen tahu di Kampong Blok VI. Untuk mewujudkan tujuan ini, penulis mengajukan tiga pertanyaan. *Pertama*, bagaimana keadaan produsen tahu di Kampong Blok VI?. *Kedua*, Bagaimana bentuk masalah persaingan usaha antar produsen tahu di desa Blok VI ? *Ketiga*, bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktek persaingan antar produsen tahu di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil ?

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah Kualitatif. Fokus penelitian ini mengenai bagaimana persaingan produsen tahu di Kampong Blok VI. Adapun lokasi penelitiannya di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil Provinsi Aceh, dimulai pada tanggal 10 Januari sampai 28 Maret 2022.

Sumber data yang dibutuhkan yaitu sumber data primer yakni dikumpulkan dari lapangan seperti hasil wawancara masyarakat Blok VI, wawancara dilakukan kepada 10 produsen tahu dan 10 orang masyarakat Blok VI terkait persaingan produsen tahu, di sisi

lain penulis juga menggunakan data sekunder, dikumpulkan dengan cara meninjau literatur yang relevan.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan langsung, dan wawancara yang mendalam. Observasi dilakukan dengan melihat persaingan produsen tahu di Kampong Blok VI, kemudian dilakukan wawancara yang mendalam kepada produsen tahu dan masyarakat. Setelah itu, diambil sumber-sumber yang relevan yang dapat memberikan informasi yang valid.

Setelah dikumpulkan melalui kedua metode tersebut, selanjutnya data dikategorisasikan berdasarkan relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Data kemudian disajikan sebagai narasi dan kutipan dari wawancara. Setelah dipetakan dan disajikan, data dianalisis secara interpretatif untuk mengidentifikasi dan menjelaskan konteksnya. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, melihat persaingan produsen tahu di Kampong Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Produsen Tahu Di Desa Blok VI

Nama Keadaan produsen tahu sebenarnya sangatlah menguntungkan banyak orang dan memberikan beberapa faedah. Sebab disamping kita mengkonsumsi makanan empat sehat lima sempurna, maka kita juga bisa mendapat produk tersebut dengan mudah, dan berbagai manfaat lainnya. Akan tetapi hal sebagaimana yang sudah lazim terjadi di masyarakat, bahwa setiap kali ada bisnis yang maju, maka dengan sendirinya akan bermunculan gejolak dan problematika-problematika sosial lainnya. Untuk mengetahui keadaan strategis produsen tahu secara pasti di desa Blok VI, maka dapat dilihat sebagai berikut: a). Saling Menjatuhkan Sesama Produsen, 2). Bersaing Secara Sehat dan tidak sehat, 3). Produsen Yang Sengaja Menjatuhkan Harga

Pertama, saling menjatuhkan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara penulis dengan salah seorang produsen tahu yaitu sebagai berikut:

“Saya kalau ditanya, masalah keadaan produsen tahu, maka sepengetahuan saya, sesama produsen seperti saya ada juga yang baik dan ada juga yang kurang baik, dan bahkan ada yang sama sekali bertikad tidak baik. Saya sudah biasa dalam permainan bisnis seperti ini, akan tetapi tentunya harapan saya semua pihak terutama pihak produsen harus sadar dan insaf untuk kembali ke jalan yang benar, dan benar-benar menerapkan etika bisnis Islam dalam berbisnis ataupun berdagang (Fitriani, Interview, 5 Januari 2022.)

Dari kutipan wawancara di atas, maka terlihat bahwa Fitriani menyatakan dengan sangat jujur bahwa ia mengakui selama ini ada produsen yang baik, dan ada juga produsen yang tidak baik, bahkan ada juga produsen yang bertikad tidak baik selama-lamanya. Selanjutnya untuk mengetahui pandangan dari Afriandi yang juga termasuk salah seorang produsen tahu di desa Blok VI, beliau menuturkan sebagai berikut:

“Awalnya saya dulu mungkin bisa disebut sebagai produsen tahu yang sukses. Akan tetapi karena persaingan produk tahu di desa Blok VI ini semakin banyak, maka tentunya banyak pesaing-pesaing yang tidak menggunakan cara-cara sehat dalam

persaingan bisni tahu. Saya pun terjatuh dan terpuruk ketika banyak pelanggan-pelanggan saya yang diambil oleh produsen tahu yang lain, yang mungkin sudah menggiring opini konsumen dan langganan saya” (Afriandi, Interview, 5 Januari 2022.).

Selanjutnya untuk mengetahui komentar informan yang lain (produsen tahu), maka dapat kita lihat sebagaimana berikut ini:

“Pada awal-awal saya datang kemari di tahun 1980 an, maka produsen tahu tidaklah sebanyak ini, pada waktu itu walaupun ada persaingan antara produsen tahu, maka persaingannya adalah persaingan yang sehat, dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Akan tetapi pada saat sekarang ini saya melihat banyak produsen tahu yang menghalalkan segala cara demi untuk meraih dan meraup keuntungan dari konsumen, maksud saya termasuk ingin menjatuhkan sesama teman produsen tahu yang lainnya (Didi, Interview, 8 Januari 2022).

Dari hasil wawancara penulis di atas, maka terlihat bahwa informan tersebut mengatakan ia terlihat sangat kesal dengan persaingan yang kurang sehat antara sesama produsen tahu. Padahal menurutnya pada waktu dahulu kala sesama produsen tahu adalah termasuk akur, dan tidak ada persaingan yang tidak sehat sesama antar produsen tahu.

Produsen tahu di desa Blok VI memang sangat heterogen atau beragam, dari pengamatan penulis memang tidak seluruhnya yang ber'tikad tidak baik, tentu saja masih ada juga yang jujur, dan bersaing dengan sehat (Ilham, Interview, 10 Januari 2022). Penulis yakin bahwa jika seandainya dibimbing dengan baik dan benar, maka persaingan bisnis yang tidak sehat tersebut akan segera hilang berganti dengan sebuah sistem yang bernilai etika bisnis Islami.

Kedua, bersaing secara sehat terhadap produk dan ada juga bersaing secara tidak sehat, hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara dengan informan, salah satunya dengan bapak Ilham yaitu:

“Saya bukannya menuduh, akan tetapi sepanjang pengetahuan saya, saya banyak melihat ulah-ulah nakal sang produsen tahu khususnya di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Contohnya ada yang sengaja mengurangi takaran tahu, dan memperkecil ukuran tahu tersebut, tentunya agar mendapatkan keuntungan yang besar” (Ilham Nasution, Interview, 12 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapatlah kita ketahui bahwa antar sesama produsen tahu ada juga yang sengaja mengelabui konsumen dengan berbagai cara, termasuk mengurangi takaran dan ukuran tahu yang akan dipasarkan. Selanjutnya menurut hasil wawancara dengan salah seorang informan produsen tahu yang lain, mengenai kecurangan produsen tahu terhadap produk atau barang tahu itu sendiri, dapat dilihat sebagai berikut:

“Saya kalau seandainya ada perlindungan hukum yang khusus diberikan kepada saya, tentunya saya akan membeberkan beberapa rahasia produsen tahu yang nakal dan curang. Saya ini hanya memberitahukan apa yang saya ketahui secara jujur. Bahwa ada produsen tahu yang menjual tahunya secara kadaluarsa, artinya tahu-tahu yang sudah kadaluarsa diolah lagi kemudian dipasarkan kembali kepada khalayak atau konsumen (Deli Pustriani, Interview, 12 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu informan produsen tahu di atas, maka dapat kita lihat bahwa ada juga pengusaha atau produsen tahu yang nakal, yang sengaja mengelabui konsumen tahu dengan cara memasarkan tahu yang sudah kadaluarsa kemudian mengolahnya lagi. Berikutnya menurut hasil wawancara penulis dengan salah seorang informan produsen tahu yang lain, maka dapat dilihat sebagai berikut:

“Meskipun hasil wawancara saya dengan anda ini kadang bisa saja dianggap berita *hoax*, akan tetapi saya harus menyampaikan apa adanya apa yang saya ketahui, misalnya tentang keadaan produsen tahu yang nakal dan tidak jujur. Contohnya ada juga produsen tahu yang sengaja memasang dan memakai zat pengawet pada produk tahu yang dipasarkan. Hal ini sebenarnya konsumen harus lebih berhati-hati, sebab kesehatan dan keselamatan konsumen dalam hal ini dipertaruhkan, maka saya sarankan konsumen harus pandai dalam memilih dan memilih produk tahu yang berkualitas (Hasni, Interview, 15 Januari 2022).

Dari hasil wawancara penulis terhadap salah seorang informan di atas, menegaskan dan menjelaskan bahwa ada produsen tahu yang nakal dan tidak jujur, dengan memakai zat-zat pengawet untuk mengelabui konsumennya, serta dengan seenaknya memasarkan di pasar untuk dikonsumsi baik oleh anak-anak, remaja bahkan orang dewasa.

Menurut Bapak “S” selaku masyarakat Blok VI telah lama mengamati dan melihat secara *exlusif* memang ada produsen tahu yang nakal dan sengaja menaruh zat pengawet terhadap produk yang diolahnya (S, Interview, 11 Januari 2022). Hal tersebut seharusnya atau seyogyanya mendapat pengawasan yang ketat dari masyarakat setempat dan yang lebih khusus dari badan pengawas makanan daerah Kabupaten Aceh Singkil.

Ketiga, produsen sengaja menjatuhkan harga. Penulis juga sempat melakukan wawancara kepada informan salah seorang produsen tahu tentang keadaan produsen tahu di desa Blok VI sebagai berikut:

“Sebelumnya saya minta maaf, karena saya harus berterus terang dan membuka keadaan yang sebenarnya dari produsen tahu yang ada di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Kadang-kadang produsen tahu seperti kami ini ketika harus bersaing dari produsen tahu luar yang sudah menetap di desa Blok VI, harus merasakan pahitnya banting harga yang dilakukan oleh mereka, sehingga dapat merusak pemasaran” (Saidi, Interview, 20 Januari 2022).

Berdasarkan pendapat dan keterangan salah seorang informan di atas, bahwa ia menyatakan ia merasakan betapa pahitnya ketika ada produsen tahu yang lain yang sudah menetap di desa Blok VI yang sengaja membanting harga tahu demi untuk meraih keuntungan sesaat. Selanjutnya penulis juga sempat mewawancarai produsen tahu di desa Blok VI sebagai berikut:

“Menurut saya, pada saat-saat tertentu misalnya pada menjelang hari-hari besar Islam, banyak pedagang dan produsen tahu yang sengaja merusak pasar, dan menjatuhkan harga agar produsen tahu yang kecil-kecil seperti kami ini semakin bangkrut dan tidak dapat bersaing khususnya di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil ini” (Andika, Interview, 21 Januari 2022).

Berdasarkan pendapat dan keterangan salah seorang informan di atas, dengan tegas dan jelas menerangkan bahwa adanya monopoli barang dan permainan harga yang sengaja dilakukan untuk merusak pasar produksi tahu. Selanjutnya untuk mengetahui pendapat informan yang lain, maka dapat dilihat sebagai berikut:

“Permainan harga tahu di pasar desa Blok VI dan sekitarnya memang kalau menurut yang saya alami, sering dilakukan oleh pihak-pihak atau oknum-oknum tertentu. Makanya sebagai produsen tahu, kadang-kadang kita harus pandai dalam berperan dan memainkan serta melihat peluang pasar dan persaingan bisnis. Karena jikalau tidak maka usaha produsen tahu yang sudah lama kita bangun dan kelola akan perlahan-lahan bangkrut, dan tentu saja hal tersebut tidak saya inginkan” (Juntak, Interview, 20 Januari 2022).

Berdasarkan keterangan atau penjelasan di atas, maka dapatlah kita ketahui bahwa ada permasalahan yang serius pada keadaan produsen tahu itu sendiri, yang di mana salah satu keadannya adalah adanya permainan harga yang tidak stabil dan seimbang yang dilakukan oleh produsen atau pengrajin tahu di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama meneliti di Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil, bahwa penulis melihat memang ada permainan dan usaha yang kurang sehat dari para produsen tahu yang datang dari berbagai motif dan pelaku. Melihat keadaan dan problematika produsen tahu di atas, maka tentunya kita berharap ada perbaikan dan kebaikan yang dilakukan oleh semua unsur ke depannya demi untuk menjaga persatuan dan kesatuan dalam berbisnis secara baik.

Bentuk Masalah Persaingan Usaha Antar Produsen Tahu Kampong Blok VI

Ada beberapa bentuk masalah persaingan antara produsen tahu khususnya yang ada di kampong Blok VI, antara lain sebagai berikut:

Pertama, Masalah Persaingan Produksi, mengenai persaingan produksi di desa Blok VI, maka dapat dilihat dari hasil wawancara dengan masyarakat sebagai berikut:

“Saya kira persaingan tentang produksi tahu, mulai dari alat, dan tata cara memproduksi tahu, tentu saja sebagaimana yang kita ketahui pasti ada persaingan dan kompetisi yang sengit dan berat. Sudah selayaknya memang pebisnis atau pengrajin tahu memperbaharui alat-alatnya secara lebih baik dan modern” (Wahyu, Interview, 12 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah seorang informan di atas secara tegas dan jelas, menerangkan bahwa sejak mulai dari alat produksi saja sudah ada gejala-gejala kecil yang ke depan bisa menjadi suatu permasalahan tersendiri. Selanjutnya penulis wawancara secara langsung lagi terhadap salah seorang informan yang lain yang menyatakan:

“Kalau menurut saya bentuk permasalahan yang terjadi antar pengrajin tahu banyak sekali riak-riak kecil yang dimulai dari problematika tersebut. Misalnya saja dari segi alat produksi tentu mau tidak mau dan rela tidak rela pengrajin tahu yang kecil, pasti akan tertinggal jauh dibandingkan dengan pengrajin tahu yang sudah mempunyai alat produksi yang canggih dan mantap” (Fiki, Interview, 22 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang informan di atas, mengakui bahwa sebenarnya permasalahan antara para pengrajin tahu tersebut sudah dimulai dari sejak alat, dan tentunya metode atau cara mengolah tahu itu sendiri, yang menyebabkan kompetisi semakin berat.

Berdasarkan hasil observasi penulis di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil, penulis mengamati ternyata alat-alat produksi tersebut banyak dan beragam, dan tentu saja setiap pebisnis atau pengrajin tahu harus selalu meng^{update} alat, dan metode pembuatan tahu tersebut. Seyogyanyalah para dermawan atau pemerintah untuk membantu pengrajin-pengrajin tahu tradisional tersebut. Karena para pengrajin-pengrajin tahu tersebut sebenarnya merupakan aset daerah, yang tidak ternilai harganya. Ketika kita menemukan sebuah keahlian maka tentu saja sudah selayaknya kita harus menjaga dan memeliharanya.

Kedua, masalah persaingan produk, Berkenaan dengan masalah persaingan produk, maka dapat kita lihat sebagaimana keterangan ibu Susanti yaitu:

“Kalau mau bicara jujur, persaingan masalah produk ini adalah persaingan yang paling ketat dan yang paling berat. Kenapa saya katakan demikian, ini dikarenakan produk tahu kadang-kadang dimanipulasi agar kelihatan awet padahal, tahu tersebut sudah terkena zat pengawet, dan lain sebagainya” (Susanti, Interview, 27 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapatlah kita ketahui bahwa permasalahan yang paling pokok selain permasalahan alat reproduksi adalah permasalahan di bidang persaingan produk. Selanjutnya untuk mengetahui pendapat informan yang lain, maka dapat kita lihat hasil wawancara dengan bapak Rahman selaku masyarakat Blok VI yaitu:

“Produk atau barang dalam artian kata tahu tersebut, kadang-kadang diolah dengan sedemikian rupa, agar terlihat tetap cerah, padahal sudah kadaluarsa, dan kadang-kadang produsen tahu sengaja mempermainkan takaran dan ukuran dari produk tahu itu sendiri” (Rahman, Interview, 27 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah seorang informan di atas, dimana kita dapat mengambil kesimpulan bahwa adanya permainan-permainan busuk yang dilakukan oleh oknum pengrajin tahu terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil observasi penulis terhadap produsen tahu di desa Blok VI, penulis melihat ada dan banyaknya masalah di bagian produk-produk barang disalurkan atau didistribusikan. Sudah seyogyanya hal ini harus mendapat pengawasan dan legitimasi dari pihak yang berwenang di dalamnya.

Ketiga, masalah persaingan harga antara produsen tahu di desa Blok VI, dapat dilihat dari hasil wawancara penulis dengan bapak Amirul selaku produsen tahu sebagai berikut:

“Kalau masalah persaingan harga antara produsen saya melihatnya agak kurang wajar, di antara sebagian produsen, karena kadang-kadang ada memang oknum produsen yang sengaja mempermainkan harga di tengah-tengah masyarakat” (Amirul Hadi, Interview, 29 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapatlah diketahui bahwa menurut informan di atas, adanya permainan harga yang dilakukan oleh oknum produsen dan tentu saja hal tersebut sangat mengganggu aktivitas bisnis di desa Blok VI. Selanjutnya untuk mengetahui hasil wawancara penulis dengan bapak Anharuddin selaku masyarakat Blok VI yaitu:

“Menurut pendapat saya, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan persaingan harga antara produsen tahu, maka saya melihat ada unsur kesengajaan menjatuhkan harga, untuk merusak pasar, untuk mengambil simpati konsumen, dan berbagai motif-motif lainnya” (Anharuddin, Interview, 25 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka jelas dapat diketahui bahwa menurut informan di atas, ada permainan harga, dengan berbagai motif yang dipraktikkan oleh produsen tahu di desa Blok VI.

Berdasarkan hasil observasi penulis mengenai bentuk permasalahan persaingan harga antara produsen tahu di desa Blok VI memang betul-betul ada dan betul-betul nyata.

Jika hal ini tetap dibiarkan tidak menutup kemungkinan akan adanya gejolak sosial yang lebih besar dan tidak disangka-sangka.

Keempat, masalah persaingan pemasaran antara produsen tahu, tentunya ada juga menimbulkan sedikit problematika, sebagaimana keterangan bapak Syukur selaku masyarakat Blok VI menjelaskan sebagai berikut:

“Kalau masalah persaingan pemasaran tentunya kita sama-sama tahu bahwa antara produsen tahu dengan produsen tahu yang lainnya kadang-kadang demi mendapatkan untung dan laba yang besar, mereka memasarkan barang-barangnya dan juga menjelek-jelekkan barang orang lain” (Syukur, Interview, 24 Januari 2022). Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapatlah diketahui bahwa menurut informan di atas, adanya pasar dan permainan marketing yang tidak sehat dan tidak stabil antara produsen tahu yang satu dengan produsen tahu yang lainnya.

Selanjutnya untuk mengetahui hasil wawancara penulis dengan informan produsen tahu bapak Ikram, maka dapat dilihat sebagaimana berikut ini:

“Menurut saya pemasaran yang dilakukan oleh produsen tahu di desa Blok VI kadang-kadang penuh dengan intrik, fitnah dan berita bohong, yang misalnya dengan sengaja sering mengadu domba produsen tahu yang lainnya” (Ikram, Interview, 22 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka jelas dapat diketahui bahwa menurut keterangan informan di atas, ada informan yang mengatakan bahwa mereka ada oknum-oknum produsen tahu yang memang secara sengaja mempermainkan pasar dan tata cara marketing merek, tentunya agar mendapat keuntungan dan simpati yang besar dari konsumen yang ada di desa Blok VI dan sekitarnya.

Berdasarkan hasil observasi penulis mengenai bentuk permasalahan persaingan pemasaran secara fakta memang betul-betul terjadi di lapangan. Hal ini memang harusnya mendapat solusi atau *alternative*, agar terjadi kompetisi yang *fair* dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Persaingan Antar Produsen Tahu Di Kampong Blok VI

Persaingan antar usaha produsen tahu yang terjadi di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian juga ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Ada sebagian produsen yang melakukan persaingan tidak sehat demi meraih pembeli dan keuntungan sebanyak-banyaknya. Persaingan yang sesuai dengan etika bisnis Islam ialah persaingan

produksi, karena produksi tahu berdasarkan dengan permintaan pasar. Sedangkan persaingan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam ialah persaingan produk yakni perilaku melakukan penipuan dengan menjelek-jelekkan produk produsen lain, agar konsumen berpindah kepadanya, dalam persaingan harga terdapat pula produsen yang berlaku curang dan merugikan dengan membanting harga sehingga merugikan produsen lain. Sedangkan dalam persaingan pemasaran adanya perilaku produsen yang memonopoli pasar atau penguasaan pasar, sehingga mengalahkan produsen kecil.

Dalam bisnis tidak sedikit orang menjual barang dan melakukan praktik bisnis yang bertentangan dengan agama (Hasan Salim, 2020: 140). Sudah barang tentu hal ini sangat merusak dan merugikan satu sama lain. Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia (Putro et al., 2021: 248).

Ada enam langkah konkrit awal dalam memulai etika bisnis Islam, yaitu: niat ikhlas mengharap ridho Allah SWT (Suwandi, 2019: 200), profesional (Misbach, 2017: 36), jujur dan amanah, mengedepankan etika sebagai seorang muslim, tidak melanggar prinsip syari'ah, dan *ukhuwah islamiyah* (Budiwati, 2018: 154). Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan dari tujuan umum etika bisnis, antara lain menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis, mengenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya, membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup Kesatuan (*unity*) (Baidawi, 2016: 46) adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi (Rohmati et al., 2018: 300), politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh, keseimbangan (*equilibrium*) dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai, kehendak bebas (*free will*) kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, tanggung jawab (*responsibility*) kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas, dan kebenaran: kebajikan

dan kejujuran (Muhammad Nizar, 2018: 96). Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran.

KESIMPULAN

Keadaan produsen tahu di desa Blok VI Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil adalah kadang-kadang saling menjatuhkan sesama produsen, ada yang bersaing secara sehat terhadap produk dan ada juga yang tidak bersaing secara sehat, serta kadang-kadang ada produsen yang sengaja menjatuhkan harga. Bentuk masalah persaingan usaha antar produsen tahu di desa Blok VI adalah masalah persaingan produksi, masalah persaingan produk, masalah persaingan harga, dan masalah persaingan pemasaran. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktek persaingan antar produsen tahu di desa Blok VI adalah sebagian ada yang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian ada juga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Ada sebagian produsen yang melakukan persaingan tidak sehat demi meraih pembeli dan keuntungan sebanyak-banyaknya. Persaingan yang sesuai dengan etika bisnis Islam ialah persaingan produksi, karena produksi tahu berdasarkan dengan permintaan pasar. Sedangkan persaingan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam ialah persaingan produk yakni perilaku melakukan penipuan dengan menjelek-jelekkan produk produsen lain, agar konsumen berpindah kepadanya, dalam persaingan harga terdapat pula produsen yang berlaku curang dan merugikan dengan membanting harga sehingga merugikan produsen lain. Sedangkan dalam persaingan pemasaran adanya perilaku produsen yang memonopoli pasar atau penguasaan pasar, sehingga mengalahkan produsen kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Baidowi, A. (2016). Etika bisnis perspektif islam. *Jurnal Hukum Islam*.4(2), 40-52.
- Bakhri, S., & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 284-299.
- Budiwati, S. (2018). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(2), 152-159.
- Hasan, S. (2020). Praktik Ihtikar Dalam Tinjauan Kritik Etika Bisnis Syariah. *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 1(2), 138-146.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2001.

- Mardalis, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Miskahuddin, M. (2021). Pekerjaan Mulia dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'asbirah: Media Kajian Al-Qur'an dan Al-Hadits Multi Perspektif*, 18(1), 44-58.
- Misbach, I. (2017). Perilaku bisnis syariah. *Al-Idarah*, 5, 33-44.
- Nizar, M. (2018). Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam. *Jurnal Istiqro*, 4(1), 94-102.
- Rusdin Pohan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Lanarka Publisher, 2007.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.
- Rohmati, D., Anggraini, R., & Widiastuti, T. (2018). Maqāṣid al-sharī'ah sebagai landasan dasar ekonomi Islam. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 295-317.
- Suwinardi, S. (2019). Langkah sukses memulai usaha. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(3), 195-201.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- P. Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Putro, P. U. W., Sulistiyowati, L. N., & Asmike, M. (2021). Pendampingan Manajemen Produk UMKM" Tahu Barokah" Madiun. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 246-253.
- Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1).