

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Dari temuan penelitian dalam Bab IV yang bersumber dari wawancara, observasi dan dokumentasi, selanjutnya dibandingkan dengan teori yang sudah dibahas dalam bab II yang mengacu pada fokus penelitian ini, maka akan peneliti sajikan dalam pembahasan hasil analisis data secara sistematis. Dalam bab pembahasan ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian terkait perilaku produsen tempe di Desa Wonokerto Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri.

#### **A. Analisis Perilaku Produsen Tempe Desa Wonokerto Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri**

Teori perilaku produsen adalah teori yang membahas tentang bagaimana produsen mendayagunakan sumber daya yang ada agar diperoleh keuntungan optimal.<sup>1</sup> Perilaku produsen merupakan pengaturan produksi sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi sehingga bisa diterima masyarakat dan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi.<sup>2</sup> Perilaku produksi yang dimaksud di sini adalah semua tindakan dalam rangka memproses masukan (*input*) berupa material/bahan baku, modal, tenaga kerja, mesin/teknologi melalui manajemen tertentu sehingga menghasilkan barang dan/jasa (*output*) yang bernilai lebih.<sup>3</sup> Untuk menghasilkan output produk yang baik, diperlukan input yang baik pula. Faktor produksi sangat

---

<sup>1</sup> Abdul Aziz, Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 101.

<sup>2</sup> Dwi Ulfasari, Analisis Perilaku Produsen Batu Alam dalam Perspektif Produksi Islam, (Kediri: STAIN Kediri, 2017), 16.

<sup>3</sup> Muhammad Ismil Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islami, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 153.

mempengaruhi akan hasil yang dijadikan sumber bisnis. Mengenali dan mengerti faktor produksi maupun mengatasi resiko. Faktor produksi merupakan kunci untuk membuat kualitas produk yang lebih baik dari kompetitor.

Dalam proses produksi tempe di Desa Wonokerto, faktor-faktor yang dibutuhkan adalah (*man*) orang-orang yang bekerja dalam produksi tempe hingga berperan dalam penjualannya, modal, (*material*) bahan baku dasar sebagai output yaitu kedelai import Amerika, (*machine*) penggunaan alat teknologi dalam proses produksinya, serta (*market*) pemasaran. Untuk mengubah bentuk kedelai menjadi tempe sehingga dari awal bentuk kedelai yang belum memiliki nilai guna dirubah menjadi tempe yang memiliki nilai guna karena dapat dikonsumsi. Perilaku produsen dalam aktivitas produksinya telah dipengaruhi oleh beberapa faktor, sehingga dalam kegiatan produksi setiap individu melakukan tindakan yang berbeda-beda pula. Faktor yang dimaksud adalah faktor eksternal, faktor organisasi, dan faktor individual.

#### 1. (*Man*)/ Manusia yang Bekerja

Dalam pendekatan ekonomi, sumber daya manusia merupakan salah satu faktor produksi disamping tanah, modal, dan keterampilan. Pandangan yang menganggap sama manusia dengan faktor-faktor produksi lainnya dianggap kurang tepat, baik dilihat dari segi konsepsi,

filsafat, maupun moral. Manusia adalah unsur manajemen yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan.<sup>4</sup>

Menjadi produsen tempe merupakan pilihan bagi mereka yang merasa tidak mampu untuk bekerja dalam bidang formal yang mana membutuhkan persyaratan seperti tingginya pendidikan, *skill*, yang tidak mampu dipenuhi. Kebutuhan ekonomi yang semakin tinggi tidak dapat dihindari, oleh karena itu mau tidak mau mereka harus mencari pekerjaan bahkan membuka lapangan pekerjaan untuk mereka sendiri agar terpenuhinya kebutuhan *financial* mereka. Hal tersebut merupakan salah satu masalah yang perlu mendapat perhatian. Kesulitan ekonomi keluarga memaksa produsen untuk turun ke jalan mencari nafkah.

Pilihan menjadi produsen tempe juga dipengaruhi oleh lingkungan/orang-orang sekitar yang menyarankan untuk bekerja sebagai produsen tempe. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Sukarti yang memilih menjadi produsen tempe karena keinginan untuk menyekolahkan anaknya hingga kejenjang yang lebih tinggi agar dapat memiliki kehidupan yang lebih baik dari pada orang tuanya.<sup>5</sup>

Terwujudnya kehidupan sosial ekonomi seseorang tidak terlepas dari usaha-usaha manusia itu sendiri dengan segala daya dan upaya yang ada serta dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong antara lain dorongan untuk mempertahankan diri dalam hidupnya dari berbagai pengaruh akan

---

<sup>4</sup><https://www.sekolahpendidikan.com/2017/02/6-tipe-sumber-daya-usaha-6m.html>, diakses pada: 28 Agustus 2018.

<sup>5</sup>Sukarti, Produsen Tempe, Wonokerto, 11 Juli 2018.

dorongan untuk mengembangkan diri dari kelompok. Semuanya terlihat dalam bentuk hasrat, kehendak, kemauan, baik secara pribadi maupun yang sifatnya kelompok sosial. Tindakan produsen tersebut merupakan tindakan rasional nilai moral, karena perilaku produsen yang mendahulukan nilai sosial maupun nilai agama.

## 2. (*Money*) Modal

Ditinjau dari modal usaha yang dimiliki, produsen tempe yang dianggap hanya membuka usaha dengan modal sedikit, tetapi mampu dan mempunyai jiwa wirausaha dan tingkat kemandirian yang tinggi. Skala operasi dapat diukur dengan berbagai macam cara, antara lain meliputi besarnya modal, omzet, dan lain-lain, tetapi karena ciri-ciri ini biasanya sangat erat hubungannya satu sama lain, maka alat ukur yang paling tepat untuk mengukur skala operasi adalah jumlah orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan beberapa informan produsen tempe di Desa Wonokerto, mereka membuka usaha dengan modal sendiri tanpa bergantung pada orang lain meskipun saat ini banyak koperasi maupun bank yang menawarkan modal untuk usaha produksi tempe. Mereka menganggap apabila membuka usaha dengan modal pinjaman dari orang lain, koperasi maupun bank, mereka akan merasa kesulitan dan terbebani. Karena dengan modal yang bukan milik sendiri akan cenderung memiliki persyaratan dan ketentuan-ketentuan yang mungkin tidak dapat dipenuhi oleh seseorang. Selain itu produsen tempe

akan membayar kedelai kepada distributor di akhir bulan saat persediaan kedelai mulai habis.<sup>6</sup>

Tindakan tersebut merupakan perilaku produsen sebagai bentuk pengendalian usaha. Produsen mengantisipasi apabila tempe yang dijualnya mengalami kerugian, maka produsen dapat menghentikan pembelian kedelai untuk sementara. Serta keputusan untuk memakai modal sendiri tanpa pinjaman dari pihak luar adalah untuk menghindari apabila tidak mampu mengembalikan. Hal tersebut merupakan bentuk perilaku rasional dimana produsen memperhitungkan secara matang modal dan persediaan bahan baku untuk menjaga kegiatan produksinya agar tetap eksis.

### 3. (*Material*) Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan mentah utama yang diperlukan untuk membuat barang hasil produksi. bahan baku mentah ini kemudian akan diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan ke bentuk lain, baik barang jadi maupun barang setengah jadi. Lalu kemudian dijual untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan berhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negeri/impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.<sup>7</sup>

Berdasarkan observasi dan wawancara, proses produksi tempe menggunakan bahan baku kedelai yang di import dari Amerika. Bahan

---

<sup>6</sup> Sumadi, Produsen Tempe, Wonokerto, 11 Juli 2018.

<sup>7</sup>T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Kasinius, 2004), 54.

baku tersebut didapatkan produsen dari distributor kedelai, distributor akan menyuplai kedelai kepada produsen sesuai permintaan produsen. Untuk harga per 1kg kedelai adalah Rp. 7.600,-, apabila kedelai import mengalami kenaikan harga, maka produsen akan mencari bahan pengganti untuk dicampur dengan bahan utama seperti kedelai lokal, daging buah pepaya, jagung, atau ketela. Bahan-bahan tersebut dipilih untuk menghindari kerugian, karena bahan baku yang mahal sedangkan produsen tidak mungkin untuk menaikkan harga jual tempe. Selain itu bahan-bahan campuran tersebut dipilih karena dirasa mampu menjadi campuran yang tepat untuk difermentasikan dengan bahan utama serta tidak membahayakan konsumen.<sup>8</sup>

Tindakan produsen tersebut merupakan perilaku produsen sebagai bentuk perencanaan produsen dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku. Perilaku tersebut juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, produsen dihadapkan oleh kondisi dilema yang menekan, sedangkan mereka harus tetap mengejar kuota penjualan, meningkatkan efisiensi dan bersaing. Munculnya perilaku tersebut sudah ada sejak dahulu, dipelajari dari para produsen terdahulu. Konsumen yang mengetahuinya menganggap wajar, selama itu tidak melanggar aturan atau norma yang ada di lapisan sosial masyarakat. Hal tersebut merupakan perilaku karena kebiasaan, produsen memperhatikan perilaku produsen tempe terdahulu sehingga perilaku tersebut turun menurun. Selain itu, perilaku produsen yang sedemikian

---

<sup>8</sup> Wakinah, Produsen Tempe, Wonokerto, 15 Juli 2018.

dapat dikatakan tindakan yang rasional karena saat mencampur dengan bahan lain, produsen tetap memperhatikan bahan yang digunakan, yakni bahan yang tidak membahayakan konsumen.

#### 4. Mesin/alat produksi

Mesin mempunyai peranan penting dalam proses produksi setelah terjadinya revolusi industri dengan ditemukannya mesin uap sehingga banyak pekerjaan manusia yang dapat digantikan ataupun dibantu oleh mesin. Perkembangan teknologi yang begitu pesat juga menyebabkan penggunaan mesin makin menonjol. Hal ini dikarenakan banyaknya mesin baru yang ditemukan oleh para ahli sehingga memungkinkan peningkatan dalam produksi.

Berkaitan dengan proses produksi tempe Desa Wonokerto, yang dahulu menggunakan tenaga manusia (kaki) untuk memecah kedelai (*iles*) beralih menggunakan mesin giling. Tindakan tersebut dilakukan karena adanya faktor eksternal, yaitu produsen mengikuti perkembangan teknologi sehingga meningkatkan hasil produksi. Namun di lain sisi ditemukan beberapa produsen yang masih menggunakan kaki dalam proses penggilingan (*iles*).

#### 5. (*Market*) Pemasaran.

Pemasaran produk mempunyai peranan yang sangat penting karena apabila barang yang diproduksi tidak laku di pasaran, proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja pun tidak akan dapat

berlangsung.<sup>9</sup> Dalam pemasarannya produsen tempe telah memiliki wilayah dan waktu pemasaran sendiri-sendiri. Mengingat banyaknya produsen tempe di sekitarnya, menuntut produsen untuk lebih aktif dan gigih dalam menjual produknya.

Selain menjual tempe *waras* produsen juga menjual tempe yang sengaja dibusukkan, atau menjual tempe yang tidak laku dijual. Tempe yang tidak laku dijual tersebut akan dikumpulkan selama beberapa hari sehingga saat terkumpul dapat dijual ke warung sekitar yang telah menjadi pelanggan. Produsen menjual tempe busuk secara *random* sehingga semua tidak berkualitas baik. Tindakan tersebut dilakukan oleh produsen untuk menekan angka kerugian karena adanya tempe yang tidak terjual.

Waktu berjualan antar produsen juga berbeda-beda, ada yang berjualan di pagi hari, siang maupun sore. Untuk tetap eksis berjualan di pasar sasarnya, produsen tempe harus menjalin hubungan baik dengan pembeli dan calon pembeli. Produsen tempe tersebut juga harus memiliki keberanian yang tinggi agar bisa tetap mempertahankan kelangsungan usahanya. Diantara mereka ada yang menerapkan strategi dengan menjual tempennya lebih dari satu waktu dalam sehari, sehingga omset yang di dapatkan lebih banyak. Saat memasarkan tempennya produsen tempe tidaklah meninggalkan waktu sholat.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, diketahui bahwa produsen tempe harus senantiasa menjaga hubungan baik dengan pembeli. Hal

---

<sup>9</sup> Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, 54.



tersebut sejalan dengan teori pertukaran yang mengatakan bahwa perilaku pertukaran sosial terjadi apabila perilaku tersebut harus berorientasi pada tujuan-tujuan yang hanya dapat dicapai melalui interaksi melalui orang lain dan juga perilaku harus bertujuan untuk memperoleh sarana bagi pencapaian tujuan-tujuan tersebut.<sup>10</sup>

### **B. Analisis Perilaku Produsen Tempe Desa Wonokerto Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri ditinjau dari Sosiologi Ekonomi Islam**

Sosiologi merupakan ilmu yang obyeknya adalah masyarakat, yang dilihat dari sudut hubungan antar manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Bentuk umum dari proses sosial tersebut adalah interaksi sosial, oleh karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.<sup>11</sup> Sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi. Hubungan dilihat dari sisi saling mempengaruhi.

Masyarakat sebagai realitas eksternal-objektif akan menuntun individu melakukan kegiatan ekonomi seperti apa yang boleh diproduksi. Semua orang perlu mengkonsumsi pangan, sandang dan papan untuk bisa bertahan hidup.

---

<sup>10</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, 64.

<sup>11</sup> Soekanto, *Sosiologi Suatu*, 367.

Oleh sebab itu manusia perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selanjutnya yang dimaksud dengan fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka.

Berdasarkan hasil penelitian produsen tempe yang ada di Desa Wonokerto maka dapat diketahui bahwa terdapat interaksi antar produsen dengan distributor kedelai, produsen tempe dengan konsumennya, interaksi antar produsen tempe dengan sesama produsen tempe, serta interaksi antara produsen tempe dengan masyarakat sekitar. Semua interaksi yang dilakukan oleh produsen merupakan cerminan perilaku produsen yang terjadi karena manusia yang berada di lingkungan sosial, perilaku produsen tempe yang di pengaruhi oleh interaksi sosial di lingkungannya.

#### 1. Interaksi antara produsen tempe dengan distributor kedelai

Berdasarkan wawancara dan observasi, distributor kedelai akan menyuplai kedelai kepada produsen di awal bulan, lalu produsen akan membayar kedelai setelah *stock* kedelai mereka habis. Perilaku produsen yang tidak membayar kedelai secara tunai telah dimaklumi oleh distributor serta disepakati diawal interaksi dan telah menjadi kebiasaan untuk transaksi berikutnya, mengingat upaya produsen dalam memproduksi tempe tidak selalu menghasilkan untung yang banyak. Interaksi produsen dengan distributor terjadi begitu saja, karena saling membutuhkannya antar produsen tempe dengan distributor kedelai.

Berkaitan dengan perilaku produsen tersebut, menurut teori Max Weber perilaku produsen tersebut merupakan salah satu bentuk tindakan rasional, yakni produsen melakukan pertimbangan dengan tujuan tertentu. Untuk menjaga aktivitas produksinya agar tetap berjalan sesuai tujuan, produsen tempe memperhitungkan secara cermat persediaan bahan bakunya. Selain itu interaksi yang terjadi antara distributor kedelai dengan produsen tempe adalah sebagai strategi bisnis distributor untuk mendapat kepercayaan konsumennya. Apabila dikaitkan dengan ekonomi Islam yang dikonstruksikan secara sosial, interaksi yang terjadi antara produsen tempe dengan distributor kedelai terdapat *amal al-iqtishadi* yaitu amal perbuatan yang bernuansa motif ekonomi. Sesuai dengan hadist:

“Sesungguhnya amal-amal perbuatan tergantung niatnya, dan bagi tiap orang apa yang diniatinya. Barangsiapa hijrahnya kepada Allah dan rasul-Nya maka hijrahnya kepada Allah dan rasul-Nya. Barangsiapa hijrahnya untuk meraih kesenangan dunia atau menikahi wanita, maka hijrahnya adalah kepada apa yang ia hijrahi. (HR. Bukhari)”<sup>12</sup>

Perilaku antara produsen tempe dengan distributor kedelai merupakan perilaku yang terjadi berdasarkan niatnya, untuk mencapai tujuan masing-masing yaitu pemenuhan kebutuhan hidup. Perilaku (*amal*) seseorang dapat dipahami melalui niat yang ditujukan pada orang lain dalam suatu interaksi sosial (*hablumina al-nas*) yaitu interaksi antara produsen dengan distributor kedelai.

## 2. Interaksi antara produsen tempe dengan sesama produsen tempe

---

<sup>12</sup>Muhammad Faiz Almath, *1100 Hadits Terpilih (Sinar Ajaran Muhammad)* - Gema Insani Press

Interaksi yang terjadi antara produsen tempe merupakan interaksi yang menimbulkan saling mempengaruhi antar produsen dalam proses produksi tempenya. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa terdapat interaksi antara produsen untuk saling menukar informasi terkait proses produksi. Seperti dalam proses pembuatan tempe, dimana produsen mencampur bahan-bahan lain seperti jagung, ketela, pepaya atau kedelai lokal. Rata-rata produsen melakukan hal tersebut karena adanya faktor eksternal yaitu produsen dihadapkan oleh kenaikan harga bahan baku serta biaya pemasaran. Produsen melakukan pencampuran bahan lain dalam pembuatan tempenya.

Dalam pencampurannya produsen memilih bahan yang tidak membahayakan konsumen. Untuk menjaga kestabilan rasa, agar konsumen tetap puas meski tempe yang dijual hasil dari campuran, produsen telah memiliki strategi yaitu menjual tempe dengan membungkus tempe menggunakan pelepah pisang (*debog*) agar rasa kecut yang ditimbulkan dapat diminimalisir. Sehingga produsen tetap dapat memproduksi tempe tanpa menaikkan harga jual, serta dapat mengejar omset penghasilan dengan tetap memenuhi keinginan konsumennya. Perilaku produsen tersebut merupakan bentuk tindakan rasional, yakni produsen mempertimbangkan secara cermat tindakannya dalam

menghadapi kenaikan harga bahan baku (kedelai import) tanpa menaikkan harga jual tempe.<sup>13</sup>

Selain itu dalam proses pemasarannya, produsen telah menjual tempe busuk yang tidak semua berkualitas baik. Produsen akan mengumpulkan tempe *waras* yang tidak habis terjual, lalu menjualnya kembali ke warung sebagai tempe busuk. Proses penjualan tersebut diawali dengan mengumpulkan semua tempe yang tidak laku terjual dalam beberapa hari sehingga kualitas tempe busuk itu berbeda, ada yang masih bagus dan ada yang terlalu *benyek*. Sehingga konsumen harus memilah tempe yang layak terlebih dahulu sebelum mengolahnya. Mereka melakukan hal tersebut untuk meminimalisir kerugian. Perilaku produsen tersebut merupakan bentuk tindakan rasional untuk memperhitungkan minimnya kerugian serta adanya emosi individual dalam diri produsen.<sup>14</sup>

Perilaku-perilaku tersebut merupakan bentuk tindakan meniru orang lain (sesama produsen tempe), atau tindakan sesuai informasi yang mereka dapatkan saat beriteraksi dengan sesama produsen. Apabila dikaitkan dengan konsep sosiologi ekonomi Islam yang mana dipahami sebagai suatu kajian sosiologi yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan cara sesuai dengan syariat Islam.

---

<sup>13</sup>Hasil penelitian, Wonokerto, 5-15 Juli 2018

<sup>14</sup>Ibid.

Interaksi yang ada seharusnya membawa pengaruh baik kepada orang lain, karena suatu perilaku seseorang akan mempengaruhi tindakan yang lainnya yakni seseorang dalam interaksinya dapat menyuruh orang lain untuk berbuat kebaikan dan menjauhi perbuatan yang dilarang oleh syariat Islam konsep *amar maruf nahi mungkar*.<sup>15</sup> Sehingga tidaklah sesuai interaksi yang terjadi antar produsen tempe dengan konsep tersebut. Karena rata-rata produsen tidaklah memberikan pengaruh yang baik kepada produsen lainnya.

### 3. Interaksi antara produsen tempe dengan konsumen

Dalam interaksinya, produsen dituntut untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya. Sehingga produsen dapat mempertahankan kelayakitan konsumen tersebut, dengan demikian aktivitas produksi juga dapat berjalan sesuai dengan tujuan. Berdasarkan wawancara dengan konsumen, dapat diketahui bahwa produsen tempe dengan kiat menjual tempennya, dengan berkeliling desa sekitar serta menitipkan tempennya di toko peracangan. Tidak hanya berkeliling desa-desa, produsen tempe juga memasarkan tempennya dengan cara membuka lapak di pasar. Waktu yang digunakan untuk berjualan pun ditempuh di pagi, siang hingga sore hari. Perilaku produsen tersebut merupakan bentuk dari tindakan rasional, karena dengan adanya perhitungan yang cermat maka produsen dapat memasarkan tempennya dengan baik kepada konsumen.

---

<sup>15</sup>Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Pati: STIEF, 2016), 18.

Akan tetapi masih ditemukan beberapa produsen tempe yang menjelek-jelekan saingannya didepan konsumen untuk bersaing. Perilaku produsen tersebut merupakan tindakan yang dipengaruhi oleh faktor individu yang tidak memperhatikan nilai moral. Sehingga produsen tersebut menjual tempnya dengan cara yang tidak baik. Perilaku produsen merupakan bentuk tindakan irrasional yaitu perilaku yang dipengaruhi emosi tanpa ada perencanaan yang sadar.<sup>16</sup>

Apabila dikaitkan dengan konsep ilmu sosiologi ekonomi Islam perbuatan atau tindakan (*amal*) dalam prespektif sosiologi (yang syarat nilai, islami) merupakan tindakan yang dilandasi oleh kesadaran yang bercorak *ilahiyyat* (keimanan) dan *insaniyyat* (manusiawi).<sup>17</sup> Maka perilaku produsen yang menjelek-jelekan saingannya tidaklah berdasarkan *ilahiyyat insaniyyat*, perilaku terebut bukanlah *amal* yang dilandasi kesadaran.

#### 4. Interaksi antar produsen tempe dengan masyarakat (lingkungan)

Masyarakat merupakan istilah yang digunakan untuk menerangkan komuniti manusia yang tinggal bersama-sama. Boleh juga dikatakan masyarakat itu merupakan jaringan perhubungan antara berbagai individu.

---

<sup>16</sup> Observasi dan Wawancara, Wonokerto, 5-15 Juli 2018.

<sup>17</sup> Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam*.,32.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia senantiasa hidup dalam suatu lingkungan, baik lingkungan fisik, psikis atau spiritual.<sup>18</sup>

Berdasarkan penelitian perilaku produsen tempe dengan lingkungan masyarakat sekitarnya saling mempengaruhi. Berkaitan dengan limbah hasil produksi, produsen tidak membuangnya secara sembarangan sehingga tidak menimbulkan pencemaran lingkungan. Apabila produsen dapat menjaga lingkungan sekitar berarti produsen tersebut telah menjaga hubungan baiknya dengan warga sekitar. Perilaku produsen tersebut merupakan perilaku yang sadar akan lingkungan.

Selain itu perilaku tersebut merupakan tindakan yang mana dapat menambah penghasilan produsen. Sehingga dengan cara mengelola limbah yang dapat dijual produsen tidak hanya mendapatkan keuntungan berupa uang saja, tetapi produsen juga mendapat nilai moral yang baik di mata masyarakat sekitar.<sup>19</sup> Perilaku produsen tersebut merupakan perilaku rasional nilai moral. Produsen memperhitungkan dengan cermat apa yang harus dilakukan dengan limbah mereka sehingga tidak hanya keuntungan di dunia saja yang mereka dapat tetapi juga akhirat, karena mampu menjaga hubungan baik di masyarakat (nilai moral).

Apabila dikaitkan dengan sosiologi ekonomi Islam produsen tempe telah mampu menjaga hubungannya dengan masyarakat sekitar yang telah dipengaruhi oleh tindakan ekonominya dengan tetap memperhatikan nilai

---

<sup>18</sup><http://tasbinet.pengaruh-masyarakat-terhadap.html>, diakses pada 20 Agustus 2018.

<sup>19</sup> Observasi, Wonokerto, 5-15 Juli 2018.



moral di masyarakat. Sosiologi ekonomi Islam melihat perilaku produsen tersebut adalah *amal al-iqtishad* yaitu tindakan ekonomi produsen yang mampu menjaga *hablumina al-nas*. Dengan menjaga lingkungan sekitar maka seseorang telah menjaga hubungan dengan sesamanya pula. Perilaku produsen tersebut merupakan bentuk tindakan yang rasional bernilai moral karena tidak membuang limbahnya sembarangan. Perilaku produsen tersebut merupakan perilaku yang dipengaruhi oleh factor individual berniali moral dan berperilaku secara etis.

Untuk mewujudkan kehidupan sosial ekonomi yang baik para produsen tempe berusaha dengan segala upaya untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Adanya keinginan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong antara lain dorongan untuk mempertahankan diri dari kemiskinan. Semuanya terlihat dalam bentuk hasrat, kemauan serta menjaga hubungan antar manusia *hablun min al-nas*.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Agus Ahmad Safei, Sosiologi Islam (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017), 100.