

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Pesantren sebagai lembaga institusi pendidikan islam di Indonesia yang paling tertua, mempunyai akar transmisi sejarah yang jelas. Dalam kalangan sejarawan terdapat sedikit perselisihan dalam mengidentifikasi pendiri pesantren di Indonesia. Sebagaimana menyebut Syaikh Maulana Malik Ibrahim, Indian sebagai pendiri petama pesantren di Jawa ada juga yang menyebutkan sunan ampel (Raden Rahmat) pendiri pesantren pertama kali di Surabaya, dan ada juga yang mengatakan sunan gunung jati (Syaikh Syarif Hidayatullah) sebagai pendiri pertama pesantren di Cirebon.

Dalam hal ini, Analisis lembaga riset islam yang cukup cermat dan dapat dipercaya sebagai pedoman ketika memecahkan teka-teki siapa yang mendirikan pesantren pertama kali di Jawa. Kemudian pesantren berkembang terus sembari menghadapi berbagai rintangan dan halangan seiring berjalannya waktu.

Adapun Pesantren tidak pernah memulai konfrontasi karena orientasi yang utama ialah menanamkan pendidikan dan melancarkan dakwah. Pada proses yang selanjutnya, pesantren di terima oleh masyarakat, kemudian pesantren menjadi kebanggaan masyarakat. Masa selanjutnya, pesantren dihadapkan dengan tindakan tirani kaum Belanda. Selain menguasai politik, ekonomi, dan militer imperialis yang menguasai Indonesia juga mengambil tanggung jawab misi penyebaran agama Kristen. Menurut Sutari Imam Burnadib, beliau mengatakan

bahwa penjajah malah menghalangi

perkembangan agama islam dan membuat pondok pesantren tidak bisa berkembang secara normal. Kemudian pada awal-awal penjajahan Jepang, pesantren mengalami pertentangan dengan imperialis baru karena penolakan Kyai Hasyim Asy'ari dan kemudian diikuti Kyai pesantren terhadap saikire. Dan kemudian, pada masa kemerdekaan, adanya nuansa baru pada pesantren. Untuk berkembang lebih luas, terbuka, dan demokratis kemerdekaan menjadi monument bagi seluruh sistem pendidikan (Almira, Hasan, and Dhita 2021)

Melalui pondok pesantren, segala macam aspek kehidupan ekonomi, politik, sosial serta kemasyarakatan menjadi lebih hidup dan berwarna. Dengan kata lain, semakin meningkatkan taraf ekonomi, kualitas pendidikan, serta semakin besar pengaruh kekuasaannya, sehingga akan ikut meningkat pula budaya serta tradisi yang dapat dilahirkan dan dikembangkan lebih luas lagi. Pondok pesantren ialah sebuah sejarah yang dapat terus tumbuh dan berkembang mengikuti arus era ini, yang mana mempunyai ciri yang baik melekat pada ekonomi, religious, sosial serta budaya. Berbagai macam ekonomi di kawasan pondok pesantren semacam pelatihan keahlian usaha, kewirausahaan, memberikan bantuan dana serta berbagai macam wujud aktivitas ekonomi lainnya, yang memiliki maksud agar dapat menjadi salah satu penyangga kewajiban utama pondok pesantren yakni memberikan ilmu agama secara mendalam. Pada dasarnya, pondok

pesantren mempunyai potensi ataupun kemampuan yang lumayan besar untuk memajukan ekonomi umat. Ada berbagai jenis program yang dapat dikembangkan dan di aplikasikan di lingkungan pondok pesantren, seperti bidang jasa, perdagangan yang meliputi kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi, dan

lain sebagainya. Oleh karena itu pondok pesantren harus membangun unit-unit yang dikelola secara internal, sehingga kedepannya pondok pesantren tidak akan mengalami hambatan seperti kekurangan modal perekonomian untuk menjalankan lembaganya.

Definisi ini menunjukkan ada peran pesantren sebagai miniature kehidupan bermasyarakat di dalamnya, dimana para santri yang menuntut ilmu di dalamnya dipersiapkan untuk menghadapi problematika hidup bermuammalah di masyarakat dengan menjunjung tinggi pilar-pilar relegiusitas.

Pesantren dengan jumlah masyarakatnya dipandang menarik dalam tinjauan ekonomi. Dengan jumlah santri yang besar dapat dijadikan sebagai ladang pencaharian bagi para pelaku ekonomi. Pesantren memiliki potensi dalam mengembangkan ekonomi syariah melalui unit usaha pesantren. Pengoptimalan unit usaha dapat menciptakan kemandirian ekonomi pesantren. Adapun potensi ekonomi pondok pesantren adalah sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi pondok pesantren, dimana kegiatan ekonomi pondok pesantren adalah sebagai kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan

pondok pesantren. Potensi ekonomi di Madinatul Ulum diantaranya adalah potensi pasar. Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk

tertentu. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Pesantren tempo dulu mashur hanya sebagai lembaga sosial di bidang pendidikan, di berbagai daerah, pesantren telah tumbuh tidak hanya secara kuantitas dan kualitasnya sebagai lembaga sosial di bidang pendidikan, tetapi juga di pondok pesantren Madinatul Ulum memiliki beberapa unit usaha dalam bidang ekonomi dengan perangkat bisnisnya seperti peternakan, toko ritel, minimarket, laundry, angkringan, yang dikordinir oleh koperasi pesantren (kopontren) juga ikut tumbuh signifikan untuk menompang kebutuhan ekonomi pesantren. Sisa hasil usaha dari perangkat bisnis tersebut menjadi pendapatan pesantren untuk menunjang kemandirian ekonomi pesantren. Beberapa pesantren yang memiliki perangkat bisnis tersebut murni dimiliki oleh keluarga

pengasuh (ndalem) atau pesantren secara institusinya, artinya keuntungan bisnis mengerucut untuk kesejahteraan keluarga ndalem atau pesantren semata. Namun beberapa pesantren membuka diri untuk para alumni juga masyarakat umum secara luas untuk berpartisipasi, berinvestasi pada perangkat bisnis pesantren yang terkordinasi dalam kopontren. Sehingga keuntungan perangkat bisnis tersebut terbagi kepada sekian banyak orang yang terlibat menjadi investor atau.

Guruh Taufan Hariyadi (2016) mengidentifikasi empat faktor utama yang mempengaruhi keputusan keputusan konsumen, yaitu layanan cepat, variasi produk, lokasi yang dekat dengan pemukimam, dan pengaruh keluarga Sementara itu. Namun seluruh penelitian tersebut memiliki fokus pada ritel umum di masyarakat luas, dan belum menyentuh konteks komunitas tertutup seperti pesantren, khususnya santri sebagai konsumen utama dalam lingkungan dengan akses terbatas dan kebutuhan yang khas. Penelitian ini memiliki perbedaan utama karena memusatkan perhatian pada unit usaha milik pesantren. Yaitu Madinah Oryza Mart, dan konsumen utamanya adalah santri Madinatul Ulum. Selain itu, penelitian ini secara khusus meneliti empat faktor utama yang belum banyak dikaji secara bersama dalam konteks pesantren, yaitu kualitas produk, harga, fasilitas, lokasi.

Mayoritas kopontren dalam mengembangkan dana investasinya digerakkan pada usaha mikro berbentuk bisnis ritel. Konsep awal bisnis ini adalah toko kelontong atau warung dengan

model ritel tradisional. Toko atau warung kopontren dioptimalkan berfungsi sebagai peritel yang menyediakan aneka ragam kebutuhan santri dan masyarakat sekitar pesantren anggota koperasi pesantren. Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam tradisional yang tidak hanya berperan sebagai pusat dakwah keagamaan tetapi juga berkembang menjadi pilar penting dalam pemberdayaan dan ekonomi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman banyak pesantren mulai mendirikan unit-unit usaha sebagai langkah menuju kemandirian ekonomi salah satunya melalui koperasi atau toko pesantren. Pondok pesantren Madinatul Ulum turut mengembangkan sektor ekonomi tersebut dengan mendirikan Madinah Oryza mart, sebuah toko ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan harian santri dan masyarakat sekitar.

Sebagai toko yang berada dalam lingkungan pesantren, Madinah Oryza Mart memiliki keunggulan strategi dalam menjangkau santri untuk berbelanja di toko tersebut tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Secara umum, dalam teori perilaku konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian meliputi kualitas produk, harga, fasilitas toko, dan lokasi. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut sangat penting untuk mengetahui apa yang menjadi pertimbangan utama santri dalam memilih Oryza Mart sebagai tempat berbelanja.

Maka dari situ, lokasi toko MADINAH ORYZA MART berada didalam pesantren atau dekat gerbang area masuk kawasan

pesantren di Cangkring Jenggawah. di mana toko tersebut menjadi salah satu pusat pembelanjaan santri Madinatul Ulum untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan santri.

Berdasarkan penelitian di atas maka peneliti tertarik mengambil judul yaitu **“STUDI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SANTRI MADINATUL ULUM DALAM BERBELANJA DI MADINAH ORYZA MART DESA CANGKRING JENGGAWAH”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor apa yang mempengaruhi santri Madinatul Ulum untuk berbelanja di Oryza Mart?
2. Apa kelebihan dan kelemahan pada Oryza Mart di pondok pesantren Madinatul Ulum?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi santri dalam memilih Oryza Mart sebagai tempat belanja di pondok pesantren Madinatul Ulum.
2. Untuk mengetahui bentuk kelebihan dan kelemahan pada tempat belanja Oryza Mart pondok pesantren Madinatul Ulum.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Peneliti
 - 1) Menambah wawasan serta pengalaman dalam kehidupan berbisnis

- 2) Mengetahui tentang bagaimana membuat strategi terhadap penjualan produk
- 3) Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang di peroleh dari bangku kuliah
- 4) Sebagai refrensi dalam memecahkan masalah-masalah dalam berbisnis dimasa yang akan datang

2. Bagi Produsen

- 1) Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya
- 2) Memberikan manfaat bagi produsen agar lebih bijak menerapkan strategi harga dan kualitas dimasa yang akan datang

1.5 Definisi istilah

1. Pengaruh

Pengaruh adalah suata daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain. Adapun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu(orang atau beda)yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

Menurut Hugiono dan Poerwantana ”pengaruh merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk suatu efek” sedangkan menurut Badadu dan Zain “pengaruh adalah daya menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan

tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain” sedangkan Lous Gottschalk mendefinisikan pengaruh sebagai suatu efek yang terdanda memebentuk terhadap pikiran dan perilaku manusia baik sendiri-sendiri maupun kolektif.(Desita 2021)

2. Santri

Asal-usul kata”santri” dapat dilihat dari dua pendapat. Pertama pendapat yang mengatakan bahwa “santri”berasal dari perkataan “sastri”, sebuah kata dari bahasa sansekerta yang artinya melek huruf. Pendapat ini menurut Nurcholish.

Masjid didasarkan atas kaum santri adalah kelas lityery bagi orang jawa yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertulisan dan berbahasa Arab. Di sisi lain, kata santri dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku tentang ilmu pengetahuan. Kedua, pendapat yang mengatakan bahwa perkataan santri sesungguhnya berasal dari bahasa jawa, dari kata”cantrik” berarti seseorang yang selalu mengikuti seorang guru dengan maksud untuk belajar.(Huda and Layalif 2021). Santri pada penelitian ini yaitu santri Madinatul Ulum putri Cnagkring Jenggawah.

3. Berbelanja

Huddleston dan Minahan (2011) mendifinisikan aktifitas berbelanja sebagai aktifitas yang melibatkan pertimbangan pembelian suatu produk maupun jasa, mencari toko yang menyediakan produk ataupun jasa yang terbaik, pencarain produk jasa yang diinginkan di

dalam toko tersebut, serta menentukan keputusan untuk membeli. Berbelanja adalah suatu aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang bukan hanya perempuan, laki-laki pun juga melakukan aktivitas belanja. Belanja bisa dilakukan dimana saja, misalnya di pasar.

4. Oryza Mart

Toko Oryza Mart merupakan salah satu perusahaan yang ada di kota Jember tepatnya di Jl. Letjen Panjaitan dan mempunyai cabang dengan nama Madinah Oryza Mart yang berada di Jl. K.H Achmad Said kecamatan Jenggawah kabupaten sudah berdiri sejak 7 tahun lamanya. Diberi nama Madinah Oryza Mart karena toko ini merupakan toko yang berada di depan pondok pesantren Madinatul Ulum (Hasanah, Cahyono, and ... 2023)

5. Pondok Pesantren Madinatul Ulum

Pondok pesantren "Madinatul Ulum" merupakan salah satu pondok pesantren yang berada di kabupaten Jember tepatnya di Desa Cangkring kecamatan Jenggawah. Berdiri sejak tahun 1984 didirikan oleh Rkh. Ahmad Sa'aid kemudian pada tahun 2001 di lanjutkan oleh putra pertamanya Kh. Lutfi Ahmad.