

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Profil Perusahaan

###### a. Sejarah *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib

*KOPERASI INDUK* merupakan Unit usaha pesantren yang bergerak dibidang pertokoan ritel, di mana saham kepemilikan usahanya bekerja sama dengan para alumni dan merekrut karyawan alumni Pondok Pesantren Lubul Labib. *KOPERASI INDUK* merupakan unit usaha yang dikelola dibawah naungan Pondok Pesantren. Dimana alampunannya sebelum berbentuk Mini Market ini bermula pada ketika kami (santri senior) bersowan pada Alm. KH. Abdul Haq yang pada saat itu kisaran tahun 1980-an.<sup>46</sup> Ada suatu keinginan dari beliau untuk menjadikan Koperasi Induk atau yang lebih dikenal dengan sebutan Kopin seakan-akan berjalan stagnan di lingkungan Pesantren yang kemudian dikembalikan pada konsep awal. Dimana konsep awal sebelum berbentuk Koperasi Induk badan usaha berbentuk Kopsanja (Koperasi Santri Lubul Labib) dimana dulu para santri senior itu diberikan suatu keluasaan dalam bentuk saham dengan presentase tertentu sehingga kemudian mereka mendapat hasil ketika pada usaha yang dikelola selama satu tahun.

---

<sup>46</sup> Bpk. Suharto, (*Senior Pengelola Enje Mart*), Dokumentasi Dalam Bentuk Wawancara Rekaman.

Pada tahun 2009 nama Kopin diubah menjadi *Koperasi Induk*. Perubahan ini didasarkan timbulnya suatu pemikiran santri senior untuk mengelola usaha itu dengan soft model Mini Market. Berangkat dari itulah untuk mengelola Toko *Koperasi Induk* yang seakan-akan pada saat itu stagnan.

Dalam perkembangannya dua tahun kemudian dari perubahan Kopin menjadi *Koperasi Induk* terbentuklah cabang yang ada dipemukiman masyarakat daerah yaitu daerah Gending dan Banyuanyar di Kabupaten Probolinggo. Pengembangan dari Toko *Koperasi Induk* sudah banyak dirasakan untuk Pesantren pada waktu itu salah satunya dimilikinya tempat pangkas rambut bagi santri dengan nama Sanja.

Hingga berjalan tujuh tahun kemudian dari kedua cabang yang terletak di pemukiman masyarakat mengalami kendala dengan kerugian yang sangat besar hingga ditutup pada tahun 2017. Hal yang menjadi kendala pada saat itu adalah sistem manajemen yang kurang efektif serta lokasi yang tidak strategis. Kemudian satu tahun dari kendala yang dihadapi yaitu tahun 2018 terbentuklah cabang baru dengan nama Mini *Koperasi Induk* yang saat ini terletak di lingkungan Pesantren wilayah santri putri lebih tepatnya di wilayah Az Zainiyah (Dalbar).

#### **b. Visi dan Misi *KOPERASI INDUK***

*KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

**Visi :**

1. Menjadi usaha yang profesional dalam jasa jual beli.
2. Menjadi usaha yang bisa memenuhi seluruh kebutuhan santri.
3. Menjadi toko yang bisa melayani penjualan retail dan grosir.

**Misi :**

1. Melakukan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan, pembeli, dan pemasok atau distributor.
2. Melakukan kerja sama yang baik dengan pihak-pihak terkait baik dalam penjualan barang atau pembelian barang.
3. Melengkapi segala kebutuhan santri yang bersifat primer, sekunder, dan tersier.

**c. Letak Geografis**

*KOPERASI INDUK* berlokasi di area Pondok Pesantren Lubul Labib yang terletak di desa Karanganyar Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo Jawa Timur. Di tinjau dari atas permukaan air laut Desa Karanganyar berada pada ketinggian 0 sampai 3 meter di atas permukaan air laut. Iklim di Desa Karanganyar beriklim tropis yang terbagi menjadi dua musim yakni musim penghujan dan musim kemarau. Musim penghujan terjadi pada bulan Oktober sampai April dan musim kemarau pada bulan April sampai Oktober. Pondok Pesantren Lubul Labib saat ini menempati areal seluas 12 Ha. Berjarak 133 KM arah timur Surabaya

#### d. Struktur *KOPERASI INDUK*

Perusahaan dalam menjalankan roda organisasi yang mempunyai banyak karyawan diperlukan adanya peraturan mekanisme kerja yang jelas dan rapi. Struktur organisasi perusahaan menetapkan garis otoritas dan tanggung jawab serta menyediakan kerangka umum untuk perencanaan, pengarah, dan pengendalian operasionalnya. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh organisasi.

Pembagian tugas, kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab serta penetapan sistem koordinasi dan komunikasi yang baik dapat memperlancar strategi dan perencanaan perusahaan.

#### Struktur Organisasi *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib



Sumber : Dokumentasi dalam bentuk foto diolah, 16 Februari 2020.

**e. Satuan Tugas Kerja Struktur dan Jabatan:**

Untuk melengkapi struktur organisasi suatu perusahaan, diperlukan uraian tugas yang akan menjelaskan tentang wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing fungsi dalam perusahaan. Uraian tugas pada Toko *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib adalah sebagai berikut :

1) Manajer :

- a) Melakukan rekrutmen karyawan.
- b) Memotivsi karyawan.
- c) Mencapai target penjualan.

2) Kepala Toko :

- a) Memimpin kegiatan usaha secara keseluruhan
- b) Mengelola seluruh karyawan
- c) Menerima laporan penjualan dan pembelian.
- d) Mengatur keuangan toko
- e) Pengatur gaji karyawan
- f) Menjamin tidak ada produk yang *out of stock*
- g) Menjaga toko tetap kondusif.

3) Keuangan :

- a) Menganalisis laporan keuangan.
- b) Membuat rencana anggaran *KOPERASI INDUK* baik bulanan maupun tahunan.

c) Membuat laporan pertanggungjawaban kepada kepala toko.

4) Logistik :

a) Menganalisa kebutuhan barang dan mengatur penyediaan, pengadaan dan pengiriman barang.

b) Mengumpulkan informasi tingkat persediaan, melakukan *stock opname* secara berkala dan menganalisa jumlah dan jenis persediaan barang di gudang.

c) Menyusun anggaran biaya logistik dan menjaga agar kegiatan operasional dapat berjalan efisien dan efektif.

d) Memperhatikan tata letak display

e) Mengetahui letak seluruh produk.

5) Keamanan :

a) Mengamankan barang-barang yang ada di toko dan di gudang

b) Mengawasi keamanan di toko ketika jam buka.

6) Kasir :

a) Melayani pelanggan

b) Mengelola transaksi penjualan dan pembelian.

c) Membantu atasan dalam membuat laporan keuangan

7) Pramuniaga

a) Membantu bagian bagian logistik dalam mengelola barang di area penjualan.

b) Menjaga dan merapikan barang di toko dan di gudang.

c) Mengisi kembali barang yang telah terjual.

d) Mengambil alih tugas teman yang tidak masuk.

## 2. Temuan Hasil Penelitian

Menurut hasil wawancara dengan santri tingkat SLTP atas nama Miftahul Hamdi mengatakan bahwa:<sup>47</sup>

“Barang yang ada di *KOPERASI INDUK* sesuai dengan apa yang kita butuhkan, seperti makanan-makanan ringan dengan harga yang murah, kalau di mini market luar kan paling murahnya cemilan biasanya harga 5000 ke atas mas kalau disini sudah tersedia cemilan harga 500 dan 1000 an biasanya sebelum berangkat sekolah saya mampir di *KOPERASI INDUK* untuk membeli cemilan itu dan di bawa ke sekolah dan itu menurut saya sudah cukup dan dengan harga itu tidak memboroskan uang kiriman kita”

Wawancara berikutnya kepada Zainur Roziqin santri tingkat SLTP yang berasal dari Nguling, Pasuruan ini mengatakan bahwa:<sup>48</sup>

“Kami membeli di *KOPERASI INDUK* karena barang yang di jual di sana murah dan juga lengkap kak, dari kebutuhan alat-alat mandi, kebutuhan alat tulis hingga baju-baju ber sablon Lubul Labib di samping itu juga karena memang tidak di perbolehkan belanja ke luar pesantren selama toko yang ada di dalam pesantren itu menyediakan barang yang kami cari, Cuma yaitu kak terkadang barang yang ada di sana terkadang kurang terawat dan berdebu terutama barang yang ada di toko lantai 2 seperti buku dan kitab-kitab”

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Mifathul Hamdi, (santri tingkat SLTP Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 14 Maret 2020, hari minggu jam 19.30 – 22.00 WIB di asrama wilayah Sunan Drajad C

<sup>48</sup> Wawancara dengan Zainur Roziqin, (santri tingkat SLTP Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 14 Maret 2020, hari minggu jam 19.30 – 22.00 WIB di asrama wilayah Sunan Drajad C

Pada wawancara berikutnya peneliti mewawancarai Agung Hermawan, santri tingkat SLTP kelas VII itu menuturkan bahwa dia sering berbelanja di *KOPERASI INDUK*, dia mengatakan:<sup>49</sup>

“Saya setiap hari berbelanja di sana mas kecuali libur sekolah atau mungkin ketika uang kiriman sudah di perkirakan tidak nutut ke kiriman baru mengurangi jajannya saya, biasanya sebelum berangkat ke sekolah beli cemilan dan minuman buat di bawa ke sekolah atau beli bolpoin, karena kalau beli di kantin sekolah yang mau buka masih jam istirahat mas.

Pada wawancara berikutnya peneliti mewawancarai santri tingkat SLTA yang mana dalam hal kebutuhan dan keinginannya sedikit berbeda dengan santri tingkat SLTP. Menurut Jefri Gusti Widodo pihak *KOPERASI INDUK* kurang cepat dalam mengikuti produk-produk yang lagi trending di luar sana, menurutnya:<sup>50</sup>

“*KOPERASI INDUK* seharusnya lebih cepat dan tanggap dalam mengikuti perkembangan zaman kak, mereka lamban dalam memproduksi barang yang sedang viral di luar kak, seperti kopyah warna merah, kopyah yang ada bordiran NU atau barang lain yang sedang trending di luar sana. Kita para santri kan juga ingin memiliki barang-barang tersebut dan kita juga yang mau beli di luar proses izin keluar pesantren rumit, kalau barang-barang yang lain semisal peralatan mandi dan makanan-makanan ringan sudah sesuai dengan kebutuhan saya mas dan harganya juga terjangkau terutama bagi saya sendiri sebagai santri dan masih bergantung kepada orang tua kalau di tanya berapa sering mas, sangat sering saya berbelanja di sana mas karena toko di dalam pesantren yang paling lengkap memang di *KOPERASI INDUK* kecuali kalau ada barang yang stoknya habis di sana atau tidak menjual baru saya membeli di toko lain yang ada di dalam lingkup pesantren ini”.

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Agung Hermawan, (santri tingkat SLTP Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 14 Maret 2020, hari minggu jam 19.30 – 22.00 WIB di asrama wilayah Sunan Drajad C

<sup>50</sup> Wawancara dengan Jefri Gusti Widodo, (santri tingkat SLTA Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 15 Maret 2020, hari minggu jam 19.30 – 21.00 WIB di asrama wilayah l’dadiyah D

Pada wawancara berikutnya peneliti mewancarai santri tingkat SLTA atas nama Ilham Ramadhan, santri kelas XI MANJ program Kegamaan itu mengatakan:<sup>51</sup>

“Barang-barang yang ada disana seperti peralatan mandi, cemilan dan ATK sudah sesuai dengan kebutuhan saya dan dengan harga terjangkau pula. Dengan uang jajan saya yang tidak seberapa saya bisa membeli kebutuhan sehari-hari saya, namun juga perlu pihak *KOPERASI INDUK* perlu menyesuaikan kitab-kitab yang di kaji oleh santri ada di sana, kalau kitab yang di ampu pengasuh di waktu pengajian pagi dan sore memang ada di sana tapi saya kan program keagamaan dan mengaji kitab yang lain dan kitab yang saya kaji tidak tersedia di sana mas, jadi kami membeli kitab yang kita butuhkan di toko luar mas”.

Berikutnya peneliti melanjutkan wawancara terhadap santri tingkat mahasiswa, dalam hal ini mahasiswa juga berbeda kebutuhan dan keinginannya dengan santri tingkat SLTP dan SLTA, dari faktor pribadi mungkin mahasiswa lebih bisa mengatur keuangan mereka dan bisa memilah mana yang benar-benar mereka butuhkan dan tidak mereka butuhkan, lebih-lebih mahasiswa yang ada di Pondok Pesantren Lubul Labib rata-rata menjadi pengurus pesantren, pengurus wilayah, dan wali asuh. Dan dari hasil observasi peneliti mahasiswa yang biasa melakukan pembelian di *KOPERASI INDUK* yaitu mahasiswa yang menjadi pengurus hal ini di karenakan kamar mahasiswa yang jadi pengurus dekat dengan *KOPERASI INDUK*. Sedangkan mahasiswa lainnya melakukan pembelian di toko lain yang berada di dalam pesantren karena untuk kamar mahasiswa jauh dari *KOPERASI INDUK*.

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ilham Ramadhan, (santri tingkat SLTA Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 15 Maret 2020, hari minggu jam 21.00 – 22.00 WIB di asrama wilayah Sunan Maulana Malik Ibrahim M

Hasil wawancara peneliti kepada santri tingkat mahasiswa non pengurus atas nama Fawaiq Nuzul Amaluddin mengatakan bahwa:<sup>52</sup>

“Kalau saya pribadi semenjak menjadi mahasiswa jarang melakukan pembelian di *KOPERASI INDUK* faktor pertama mungkin karena letaknya di zona 1 barat dan terlalu jauh dari pomas, yang kedua adanya toko di dekat kamar mahasiswa yang juga menyediakan kebutuhan-kebutuhan santri walau tidak selengkap di *KOPERASI INDUK* tapi itu sudah cukup bagi mahasiswa karena kalo kebutuhan saya pribadi sebagai mahasiswa selain peralatan mandi dan ATK saya membeli buku-buku yang di pelajari dan itupun saya belinya di luar pesantren dengan memesan melalui via online. Tapi bukan berarti saya tidak pernah melakukan pembelian di sana, menurut pandangan saya ketika memasuki *KOPERASI INDUK* di sana sudah sesuai dengan kebutuhan saya seperti yang saya sampaikan di atas cuma kurangnya *KOPERASI INDUK* dalam menyediakan stok buku bacaan bagi mahasiswa kalau menurut saya sih cuma itu.”

Berikutnya peneliti mewawancarai santri tingkat mahasiswa pengurus yang mana santri tingkat pengurus ini lebih sering melakukan pembelanjaan di *KOPERASI INDUK* dan lebih mengetahui tentang produk apa yang harus ada di *KOPERASI INDUK*. Menurut M. Syaifuddin Kumala mahasiswa semester VIII ini yang sekaligus alumnus MTsNJ dan MANJ menuturkan bahwa:

“*KOPERASI INDUK* mungkin juga harus menyediakan buku-buku bacaan mahasiswa seperti buku filsafat, buku tentang ekonomi atau tentang pendidikan agama islam, jadi di sana itu bukan hanya menyediakan buku tentang keagamaan sehingga kita juga mudah untuk membeli dan tidak usah keluar pesantren, kalau dari kebutuhan sehari-hari di sana sudah lebih dari cukup mulai dari peralatan mandi, ATK itu sudah cukup menurut saya. Kalau saya pribadi sebagai mahasiswa tidak sehari-hari melakukan pembelian

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Fawaiq Nuzul Amaluddin, (Mahasiswa santri Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 17 Maret 2020, hari selasa jam 10.00 – 11.00 WIB di asrama mahasiswa pomas.

di sana paling kalau kebutuhan saya sudah habis baru melakukan pembelian dan itupun tidak menentu”.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti menemukan perbedaan perilaku dan tingkat kepuasan pembelian mulai dari santri tingkat SLTP, SLTA dan Mahasiswa. Akan tetapi jika pihak *KOPERASI INDUK* bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan para santri, maka santri selaku konsumen tetap akan tumbuh nilai loyalitas dalam berbelanja untuk kedepannya, hal ini sangat berpengaruh kepada perilaku konsumen dalam menentukan sikap berbelanja yang rutin dan akan memberikan nilai kepuasan tersendiri bagi para santri di Pondok Pesantren Lubul Labib. Tentunya pihak *KOPERASI INDUK* seterusnya meningkatkan manajemen pemasaran yang lebih baik lagi sehingga keinginan dan kebutuhan para santri bisa terpenuhi sesuai dengan target penjualan yang telah di rencanakan sebelumnya.

Untuk melengkapi hasil ulasan wawancara peneliti melanjutkan penelitiannya dalam menggali sumber informasi mengenai respon pihak *KOPERASI INDUK* terhadap pola kebutuhan dan keinginan santri, dalam pembahasan ini pihak *KOPERASI INDUK* berpendapat bahwa ada 3 faktor yang sangat di prioritaskan oleh pihak *KOPERASI INDUK* dalam merespon kebutuhan santri dalam melakukan pembelian atau pembelian. Sumber data ini di paparkan oleh Bpk. Firma Tasmara selaku Manajer *KOPERASI*

*INDUK*, dimana 3 faktor ini adalah amanah langsung dari pengasuh Pondok Pesantren Lubul Labib yang berdawuh bahwa:<sup>53</sup>

“Adanya mini market *KOPERASI INDUK* ini guna untuk mempermudah semua santri dalam melakukan pembelian segala jenis kebutuhan, tapi perlu di ingat bahwa setiap santri yang mondok di sini latar belakang ekonominya pasti berbeda. Maka dari itu perlu di perjelas lagi barang atau produk yang di jual di *Koperasi Induk* harus benar-benar sesuai dengan nilai kesiantrian dan nilai kesederhanaan, adapun 3 faktor yaitu: layak, benar-benar di butuhkan, dan terjangkau. Hal ini adalah instruksi langsung dari pengasuh dalam menyediakan segala jenis kebutuhan para santri di *KOPERASI INDUK*, artinya pihak *KOPERASI INDUK* ini dalam menyediakan barang atau produk masih tetap mengacu kepada aturan-aturan pesantren guna untuk tidak menyimpang dengan nilai dan budaya kesiantrian”

Dalam menjual suatu produk seperti yang di jelaskan oleh bapak Firma Tasmara, bahwa dalam merespon kebutuhan konsumen bahwa pihak *KOPERASI INDUK* lebih mengutamakan dalam hal keilmuan seperti halnya ATK, buku, dan kitab-kitab. Pihak *KOPERASI INDUK* melakukan filterisasi kebutuhan konsumen agar tidak menyimpang dalam segi nilai kesiantrian seperti contoh produk yang sangat di filter seperti kaos-kaos yang tidak sesuai dengan norma-norma kepesantrenan dan beberapa celana celana pendek atau celana sepak bola dan topi. Semisal barang-barang di atas tidak di filter memang kalau dalam segi keuntungan lebih menguntungkan dalam segi laba, tetapi mengingat konsumen utama *KOPERASI INDUK* ini adalah santri aktif, maka *KOPERASI INDUK* ini sedikit berbeda segi pemasarannya, karena itu tidak semua keinginan dan kebutuhan santri harus terpenuhi betul di

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Bapak Firma Tasmara,(Manajer ENJE MART Pondok Pesantren Lubul Labib), pada tanggal 4 Februari 2020, hari rabu jam 15.00-17.00 WIB di Kantor ENJE MART.

*KOPERASI INDUK* karena masih mengacu kepada aturan Pondok Pesantren Lubul Labib. Bapak Firma Tasmara juga menambahkan bahwa dalam menyediakan produk pihak *KOPERASI INDUK* yang menentukan produk apa yang akan di jual di *KOPERASI INDUK*, manajer *KOPERASI INDUK* itu menambahkan :

“Dalam menentukan produk itu kita yang menentukan, kita tidak pernah memberi angket kepada para santri perihal barang apa yang di butuhkan, tentang kepuasan berbelanja di sini, tapi kami menyediakan kotak saran dan juga merespon jika ada santri yang membutuhkan produk yang di butuhkan semisal kitab-kitab yang sebelumnya tidak tersedia di sini. Jadi kita dalam menentukan produk yang akan di stok kita lebih kepada mencari informasi entah itu melalui observasi atau semacamnya tentang barang apa yang di butuhkan santri dan selama barang itu tidak bertentangan dengan aturan pesantren, karena kita dalam menyediakan barang ada 3 faktor yang kita prioritaskan yaitu: layak untuk di jual di pesantren ini, benar-benar di butuhkan oleh para santri, dan yang ketiga harganya terjangkau”.

Dari hasil wawancara peneliti dengan manajer *KOPERASI INDUK*, peneliti menemukan bahwa pihak *KOPERASI INDUK* tidak selalu menyediakan kebutuhan dan keinginan santri, mereka masih melakukan filterisasi terkait produk yang akan mereka jual, hal ini agar tidak berbenturan dengan aturan pesantren dan ada 3 klasifikasi yang di utamakan oleh pihak *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib, yaitu:

1) Layak

Artinya barang-barang tersebut adalah barang yang di perbolehkan dan tidak bertentangan dengan aturan pesantren.

2) Benar-benar di butuhkan

Yaitu barang yang di maksud adalah barang yang benar-benar di butuhkan oleh seorang santri semisal tas, sepatu, kopyah dsb.

### 3) Terjangkau

Dari dua klasifikasi di atas artinya barang tersebut harganya masih terjangkau dan tidak memboroskan santri.

## B. Analisis Data

### 1. Perilaku Konsumen Pada Pelayanan Koperasi Induk Pondok Pesantren Lubul Labib Paiton Probolinggo

Berdasarkan hasil wawancara dengan santri tingkat SLTP, SLTA, dan Mahasiswa bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumen, hal ini sejalan dengan pendapat Kotler yakni ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.<sup>54</sup>

#### a. Faktor Kebudayaan

Dari segi faktor budaya, santri tingkat SLTP, SLTA, dan Mahasiswa berbeda, karena faktor kebudayaan sendiri mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang di mainkan Kultur, Sub Kultur, dan Kelas Sosial. Berdasarkan hasil observasi peneliti budaya antara santri tingkat SLTP, SLTA tidaklah jauh berbeda. Mereka sering melakukan

---

<sup>54</sup> Kotler. Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid Kedua Terjemahan*,(Jakarta: Prenhalindo 2002), 112.

pembelanjaan cemilan-cemilan dengan harga terjangkau sebelum berangkat ke sekolah mereka masing-masing, berbeda halnya dengan santri tingkat mahasiswa yang lebih jarang melakukan pembelanjaan keinginan. Mereka lebih mengutamakan kebutuhan-kebutuhan mereka.

#### b. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.

##### 1) Kelompok acuan

Banyak kelompok mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Berdasar hasil observasi peneliti di Pondok Pesantren Lubul Labib sendiri memiliki kelompok-kelompok acuan mulai dari santri tingkat SLTP, SLTA hingga tingkat mahasiswa. Di mana ini juga mempengaruhi dalam hal keputusan pembelian santri terhadap produk di *KOPERASI INDUK*, semisal di santri tingkat SLTA di MANJ yang memiliki program keagamaan (MAK) yang sering mengaji kitab. Jadi ketika program keagamaan mengaji kitab yang berbeda dengan yang lain maka seluruh teman-teman di wilayah itu akan membeli kitab yang mereka kaji, berbeda dengan wilayah dan program yang lain yang tidak mengaji kitab itu.

##### 2) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang saling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi, penghargaan pribadi, dan cinta. Bahkan jika pembeli sudah tidak lagi terlalu sering berinteraksi dengan orang tuanya, pengaruh orang tua terhadap perilaku pembeli tersebut bisa saja tetap signifikan. Dari hasil observasi peneliti dengan salah satu santri SLTP, SLTA dan mahasiswa bahwa terdapat peran orang tua dalam menentukan keputusan pembelian santri, hal ini karena orang tua ada yang memberikan orientasi kepada anaknya untuk tidak memboroskan uang jajannya, begitupun sebaliknya ada orang tua yang membiarkan anaknya melakukan pembelanjaan sesuai dengan keinginan mereka agar anaknya bisa kerasan di pesantren.

c. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

1) Usia dan tahap siklus hidup

Orang membeli akan barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan

bertambahnya usia. Pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, sehingga pemasar perlu memperhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan daur siklus hidup manusia. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan santri tingkat SLTP, SLTA, dan mahasiswa ada perbedaan tentang barang apa yang mereka beli, jika santri tingkat SLTP lebih sering melakukan pembelian peralatan mandi dan cemilan- cemilan berbeda dengan santri tingkat SLTA dimana mereka melakukan pembelian ATK, Kitab, dan buku-buku sam halnya juga dengan tingkat mahasiswa di mana mereka ingin pihak *KOPERASI INDUK* untuk menyediakan buku-buku bacaan bagi mahasiswa.

## 2) Kondisi ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk persentase yang likuid), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja versus menabung. Kondisi ekonomi yang di maksud peneliti yaitu kondisi ekonomi orang tua para santri, karena santri yang mondok di pondok pesantren Lubul Labib dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan ekonomi kelas bawah, menengah hingga ekonomi kelas atas. Dari hasil observasi peneliti tidak semua santri melakukan pembelanjaan yang sama dengan teman-temannya, hal ini di pengaruhi oleh uang jajan yang di berikan oleh para

wali santri, bagi santri yang berasal dari golongan ekonomi kelas menengah ke atas mereka akan melakukan pembelanjaan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, tapi tidak semua santri dengan ekonomi kelas menengah ke atas akan jor-joran dalam melakukan pembelanjaan, ada santri yang ekonomi kelas menengah ke atas melakukan pembelanjaan dengan ala kadarnya, hal ini mungkin di pengaruhi oleh faktor keluarga. Hal ini sependapat dengan faktor sosial poin faktor keluarga yang mana orang tua memberikan orientasi dan pemahaman kepada anaknya perihal ekonomi.

### 3) Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub-kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, akan dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen. Di Pondok Pesantren Lubul Labib santrinya mempunyai gaya hidup yang berbeda, hal ini di pengaruhi oleh kondisi ekonomi para wali santri, teman-temannya.

### 4) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang memiliki kepribadian sendiri yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan secara kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, keramahan atau suka bergaul, defensif, dan kemampuan beradaptasi. Dari observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan adanya santri yang membeli barang di *KOPERASI INDUK* untuk kesetiakawanan mereka karena temannya membeli barang tersebut. Hal ini sejalan dengan faktor kepribadian dan konsep diri yang terdiri dari kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, keramahan atau suka bergaul, defensif, dan kemampuan beradaptasi.

#### d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap. Setiap konsumen memiliki motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan sikap yang berbeda, sama halnya dengan konsumen *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib yang mayoritas konsumennya adalah para santri, tentu para santri pondok pesantren Lubul Labib memiliki motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan sikap berbeda terhadap suatu produk antara santri satunya dengan yang lainnya, hal ini juga berkesinambungan dengan faktor

keluarga dimana orang tua memberikan pemahaman dan orientasi yang berbeda kepada anak-anak mereka.

Dari hasil observasi peneliti di lihat dari segi tipe perilaku konsumen, santri pondok pesantren Lubul Labib lebih cenderung ke tipe perilaku membeli berdasarkan kebiasaan (*Habitual Buying Behaviour*) dan Perilaku membeli yang mencari keragaman (*Variety Seeking Buying Behaviour*)

a. perilaku membeli berdasarkan kebiasaan (*Habitual Buying Behaviour*)

artinya dalam hal melakukan pembelian santri pondok pesantren Lubul Labib melakukan pembelian berdasarkan kebiasaan-kebiasaan mereka, seperti membeli peralatan mandi, makanan-makanan ringan, dan ATK.

b. Perilaku membeli yang mencari keragaman (*Variety Seeking Buying Behaviour*)

Artinya santri pondok pesantren Lubul Labib dalam melakukan pembelian mencari keragaman dengan teman-teman mereka, jika si A membeli sabun dengan merk tertentu maka si B akan membeli sabun dengan merk yang sama dengan si A.

## **2. Analisis Kepuasan Santri Pada Pelayanan Koperasi Induk Pondok Pesantren Lubul Labib Paiton Probolinggo**

Sesuai dengan teori Philip Kotler dalam bukunya *Manajemen, Implementasi dan Pengendalian*, bahwa ada empat metode yang bisa di gunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *Ghost shopping*, dan analisa pelanggan

yang hilang.<sup>55</sup> Dari empat metode tersebut pihak *KOPERASI INDUK* menggunakan metode sistem keluhan dan saran, yakni pihak *KOPERASI INDUK* memberikan kesempatan penuh bagi para santri selaku pelanggan tetap untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan terhadap kinerja *KOPERASI INDUK* yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*).

Dari hasil wawancara peneliti terhadap santri tingkat SLTP, SLTA, dan Mahasiswa, bahwa 80% dari santri yang di wawancarai merasa puas terhadap produk dan kualitas pelayanan di *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib dan 20% lainnya merasa kurang puas dengan produk dan kualitas pelayanannya. Dari hasil observasi peneliti, hal ini di karenakan adanya produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan beserta keinginan para santri sehingga para santri merasa kurang puas terhadap produk di *KOPERASI INDUK*, dari segi kualitas pelayanan masih terdapat barang-barang yang tidak di rawat dan tidak di bersihkan oleh karyawan *KOPERASI INDUK*.

Peneliti menemukan bahwa pelanggan yang mayoritas para santri di pondok pesantren Lubul Labib yang merasa puas akan melakukan pembelian berulang-ulang di *KOPERASI INDUK*, hal ini sesuai dengan apa yang di sampaikan Philip Kotler, bahwa ada tiga ciri-ciri konsumen yang merasa puas yaitu: loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merk lain.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Kotler, *Manajemen, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 2001),577.

<sup>56</sup> Philip Kotler, *Dasar – dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Midas Surya 2000),65.

a. Loyal terhadap produk

Para santri yang notabane pelanggan tetap di *KOPERASI INDUK* melakukan pembelian secara berulang-ulang, hal ini di karenakan para santri merasa puas terhadap produk dan kualitas pelayanan di *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. Dari hasil observasi peneliti menemukan adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif terhadap *KOPERASI INDUK* dan merekomendasi kepada santri lainnya untuk melakukan pembelian di *KOPERASI INDUK* Pondok Pesantren Lubul Labib.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merk lain

Ketika para santri ingin membeli suatu produk di toko lain, *KOPERASI INDUK* yang telah memberikan kepuasan kepada para santri akan menjadi pertimbangan utama untuk melakukan pembelian di toko lain.