IMPLEMENTASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBUTUHAN DALAM MENGELOLA UANG SAKU SANTRIWAN PONDOK PESANTREN MATHLA'UL ANWAR

ARTIKEL PENELITIAN

OLEH:
MOHAMAD KHAIRIL ANAM
NIM F1032141008

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNG PURA
PONTIANAK
2019

IMPLEMENTASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBUTUHAN DALAM MENGELOLA UANG SAKU SANTRIWAN PONDOK PESANTREN MATHLA'UL ANWAR

ARTIKEL PENELITIAN

OLEH:
MOHAMAD KHAIRIL ANAM
NIM F1032141008

Disetujui Oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hj. Nuraini Asriati, M.Si	**Dr. Maria Ulfah, M.Si**
NIP. 196310031989032003	**NIP. 196202261987032008**

Mengetahui

Dekan FKIP UNTAN	Ketua Jurusan P IIS
Dr. H. Martono, M.Pd	**Dr. Hj. Sulistyarini, M.Si**
NIP.196803161994031014	**NIP. 196511171990032001**

IMPLEMENTASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBUTUHAN DALAM MENGELOLA UANG SAKU SANTRIWAN PONDOK PESANTREN MATHLA'UL ANWAR

Mohamad Khairil Anam, Nuraini Asriati, Maria Ulfah
Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak
Email: khairilanam196@gmail.com

Abstract

This study aimed to determine how the purchasing decision-making process needs in managing students pocket money of Islamic Boarding School Of Mathla'ul Anwar Pontianak. The method of this research was applied by qualitative research approach. The subject of this research was the students of Islamic Boarding School Of Mathla'ul Anwar which consisted of 12 students. The technique of collecting the data of this resarch was applied by observation, direct communication, field notes, and documentary techniques. While the data collection tools used interviews, observation sheets, and field notes. For the data management technique it was applied by qualitative analysis technique. The results of this study was obtained from interviews and observations. For the indicators purchasing decision making it can be concluded that the Students of Islamic Boarding School of Mathla'ul Anwar Pontianak can in reach their needs through several steps, which are : (1) Needs Introduction, (2) Information Search, (3) Evaluation Alternatives, (4) Purchasing Decisions, (5) Post-Consumption Behavior.

Keywords: ***Decision Making, Money Pocket, Needs Purchasing***

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah suatu kegiatan yang melibatkan setiap orang dan seluruh lapisan masyarakat. Sejak awal sampai akhir sangat berurusan dengan pendidikan, baik pendidikan untuk diri sendiri, anak–anak (keluarga) maupun anggota masyarakat. Pendidikan ini pada dasarnya merupakan kewajiban untuk selalu menyempurnakan diri, membangun kualitas hidup dan bertanggung jawab atas apa yang telah di perbuat dan dalam dunia pendidikan tidak pernah terlepas dari proses kegiatan belajar dan pembelajaran, menurut Nurhayati (2016:364) "Pendidikan merupakan sarana yang sangat strategis dalam melestarikan sistem nilai yang berkembang dalam kehidupan", sedangkan menurut Hamalik (2016:79) menyatakan bahwa, "Pendidikan adalah suatu proses dalam rangka mempengaruhi siswa agar dapat menyesuaikan diri sebaik mungkin terhadap lingkungannya dan dengan demikian akan menimbulkan perubahan dalam dirinya yang memungkinkannya untuk berfungsi secara adekuat dalam kehidupan masyarakat".

Proses pendidikan tidak hanya memberikan pengetahuan dan pemhaman pembelajaran namun lebih diarahkan pada pembentukan sikap, perilaku, dan keperibadian. Perilaku konsumsi merupakan salah satu faktor penting yang harus dilakukan dimana pada dasarnya perilaku konsumsi merupakan pengambilan, keputusan menilai,mendapatkan, mengabaikan, menggunakan barang dan jasa sesuai kebutuhannya.

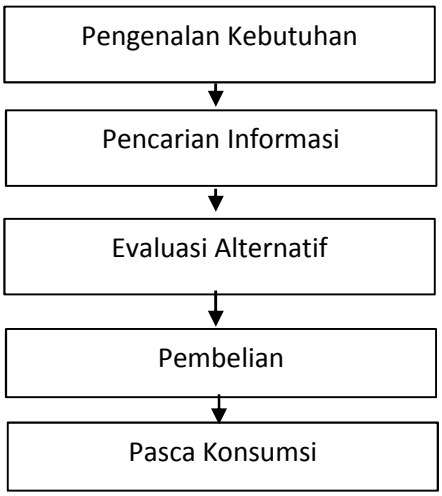
Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan seseorang tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana pembelian dilakukan. Sepanjang proses yang berawal dari timbulnya kebutuhan sampai pada keputusan membeli suatu barang hingga mengkonsumsi suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya.

Proses pengambilan keputusan yang tergambar dari tindakan ekonomi yang dilakukan manusia setiap hari diwarnai dengan pertimbangan dan pilihan. Tindakan ekonomi juga dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan antara pengorbanan yang dilakukan dengan hasil yang diperoleh. Pada dasarnya perilaku konsumsi merupakan perilaku yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk guna untuk memenuhi kebutuhannya. "Proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan" Engel (1995).

Pengambilan Keputusan merupakan sebuah penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk guna memenuhi seuatu keinginan dan kebutuhan. Proses pengaambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan.

Proses keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, terdapat beberapa tahap yang dilakukan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Tahap-tahap tersebut yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau tidak .

Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang terdiri dari lima tahap menurut Sumarwan (2014:361) : 1) Pengenalan kebutuhan mucul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal maupun rangsangan eksternal. Menurut Setiadi (2013:15) yang dimaksud internal yaitu rasa lapa, dahaga atau seks yang dapat meningkat hingga suatu tingkatan tertentu dan berubah menjadi dorongan. Atau suatu kebutuhan yang dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang yang menginginkan sesuatu yang memicu terjadinya suatu rangsangan ingin memenuhi kebutuhan. 2) Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebu bias dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. 3) Evaluasi Alternatif adalah peroses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen.Pada proses ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi. 4) Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya. Yang harus diperhatikan dalam pembelian adalah keinginan yang sudah bulalt unutk membeli suatu produk sering kali harus dibatalkan karena beberapa alasan. 5) Pasca Konsumsi tahap dimana ketika konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut.



Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen mejadi hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keptusan pembelian. Pengambilan keputusan sangat penting dalam manajemen diri dan merupakan tugas utama dari seseorang dalam mengambil keptusannya. Menurut Schiffman & Kanuk (2008:485). Keputusan Pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih.

Dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika

mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian. Sedangkan menurut Sumarwan (2014:357) Keputusan pembelian adalah sesuatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seseorang konsumen yang hendaknya melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.

Memahami perilaku pembeli *(buying behaviour)* dari pasar, untuk memahami hal ini perlu diketahui faktor-faktor apakah yang mempengarui konsumen dalam memutuskan pembelian menurut Kotller & Armstrong (2010) A *consumer's buying behavior is influenced by cultural, social, personal, and psychological factors* / perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Manusia adalah makhluk yang pasti menginginkan atau membutuhkan sesuatu yang menjadi suatu kebutuhan yang di dasari oleh hasrat alami manusia sebagai makhluk sosial dan tidak bisa hidup sendiri yang selalu membutuhkan sumber daya lain sebagai pendukung untuk bisa bertahan hidup.

Suatu kebutuhan manusia sangatlah beragam dan sifatnya tidak terbatas, oleh karena itu segala jenis kebutuhan akan terus meningkat dengan seiring kebutuhan suatu manusia yang terus menerus tidak terbatas. Meskipun kebutuhan manusia tidak terbatas, tetapi hanya ada satu yang bisa membatasinya yaitu alat pemuas kebutuhan sehingga dalam hal ini manusia harus tunduk dan patuh pada hukum yang berujung pada sebuah kelangkaan *(Scarcity)*

Kebutuhan manusia memiliki banyak sekali kebutuhan yang akhirnya dapat menimbulkan masalah ekonomi. Kebutuhan timbul karena adanya tuntutan fisik dan psikis agar dapat hidup layak sebagai manusia sehingga kebutuhan manusia yang sanggat beraneka ragam dan sering tidak dapat dipuaskan. Hal ini yang menyebabkan kebutuhan menjadi tidak terbatas, menurut Geminastiti & Nurlita (2015:23) "kebutuhan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan seseorang dan harus dipenuhi". Kebutuhan manusia mencerminkan adanya perasaan kurang puas yang dipenuhi dalam diri manusia yang muncul alamiah untuk mempertahankan kelangsungan hidup, kebutuhan manusia memang berbeda–beda dan banyak sekali yang harus dipenuhi.

Kebutuhan manusia tidak pernah terbatas sedangkan alat pemuas kebutuhan yang dimiliki manusia terbatas berikut ini pembagian kebutuhan manusia menurut Rahardja & Purwanta (2016:44) adalah sebagai berikut : 1) Kebutuhan menurut tingkat kepentingan yaitu, kebutuhan pokok atau kebutuhan primer, kebututuhan skunder, dan kebutuhan barang mewah. ; 2) Kebutuhan menurut soio-budaya yaitu, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis. ; 3) Kebutuhan menurut waktu yaitu, kebutuhan sekarang, kebutuhan yang akan datang atau masa depan, kebutuhan yang tidak tertentu waktunya, dan kebutuhan sepanjang waktu. ; 4) Kebutuhan menurut sifat yaitu, kebutuhan jasmani atau material dan kebutuhan rohani atau spiritual. ; 5) Kebutuhan manusia menurut subjek (siapa) yang membutuhkan yaitu, kebutuhan individu (pribadi), dan kebutuhan sosial (kolektif).

Moslow yakin, bahwa ada hierarki dalam pemuasan kebutuhan, dan berjalan sistematis, misalnya: setelah kebutuhan lapar dipenuhi baru timbul kebutuhan senang akan makan. Kebutuhan akan keselamatan timbul setelah kebutuhan fisikologis. Tiap orang berusaha menjaga keselamatan dan keamanan dirinya dari gangguan luar, atau situasi-situasi yang tidak menyenangkan. Kebutuhan akan pengehargaan, ialah keinginan seorang untuk penilaian yang baik dari orang lain, ingin dihormati, merasa mampu, percaya atas kemampuannya menghadapi dunia ini.

Kebutuhan *self* aktualisasi adalah kebutuhan yang tertinggi, ingin dianggap orang yang terbaik, ingin menjadi orang ideal, dan lain-lain.Menurut Jean Waston (Dalam Alimul 2006:6) kebutuhan dasar manusia dibagi dalam dua peringkat utaman, yaitu kebutuhan tingkat lebih rendah *(lower order needs)* dan kebutuhan tingkat lebih tinggi *(higher order needs).*

Pemenuhan kebutuhan yang tingkatnya lebih rendah tidak selalu membantuk upaya konpleks manusia untuk mencapai aktualisasi diri. Tiap kebutuhan dipandang dalam konteknya terhadap kebutuhan lain, dan semua dianggap penting.Banyaknaya jenis–jenis kebutuhan, menuntut manusia bisa mengatur kehidupan yang harus dipenuhi

dengan alat pemuas kebutuhan yang ada, dengan cara membuat daftar berdasarkan skala prioritasnya masing–masing agar kebutuhan yang terbatas itu dapat dikendalikan dan dapat terstruktur dengan baik.

Untuk memenuhi kebutuhan, manusia memerlukan barang–barang pemenuh kebutuhan yang akan diperoleh dengan benda yang dapat memperoleh suatu alat pemuas kebutuhan. “Uang bukan merupakan hal yang paling penting tetapi sudah pasti akan berpengaruh pada kualitas dan kuantitas hidup”. Boxton (2006:5).

Uang bukan merupakan alat pemuas kebutuhan tetapi uang merupakan benda untuk mendapatkan alat pemuas kebutuhan. Uang adalah sebagai suatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran bagi pembeli barang–barang dan jasa serta kekayaan berharga lainnya serta untuk pembayaran hutang. Sedangkan Goldfeld & Chandler (1996:16) mengatakan

Uang menjalankan fungsi yang penting dari sebuah alat tukar, dengan demikian memudahkan perdagangan barang-barang dan jasa. Uang memungkinkan masuarakat untuk mengatasi ketidak efisien barter, memungkinkan terjadinya perdagangan yang besar, dan karena itu akan mengingkatkan tingkat kehidupan kita..

Jika pendapatan besar, maka seluruh kebutuhan akan terpenuhi, Tapi, jika penghasilan yang diperolelh kecil.

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan yang pertama mengembangkan lingkungan hidup dalam arti kata pengembangan sumber daya manusia dari segi mentalnya Ghazali (2001:20). Pondok Pesantren Mathla’ul Anwar yang beralamat di Jalan Pak Benceng Pontianak yang saat ini di pimpin oleh Abuya Rahmatullah didirikan pada 1 Juli 1996 oleh A.Djuhaedi Abdullah S.Ag dan Ya’cob Abdullah yang berperan sebagai muwakif tanah Di dalam pondok pesantren Mathla’ul Anwar santri tidak hanya mempelajari ilmu agama Islam saja akan tetapi mereka juga diajarkan ilmu-ilmu pendidikan pada umumnya yang disebut dengan jenjang pendidikan formal.

Aktivitas santri dilakukan setip hari sejak pagi hingga malam hari. Untuk waktu pagi dari jam 07.00-12.00 mereka diajarkan ilmu-ilmu pendidikan sekolah atau jenjang pendidikan formal dan untuk siang hingga malam harinya mereka diajarkan ilmu-ilmu agama Islam atau jenjang pendidikan diniyah untuk jenjang kelas pendidikan diniyah itu disesuaikan dengan kemampuan daya serap santri terhadap pelajaran dan kurikulum yang digunakan ialah kurikulum Pendidikan Nasional, Departemen Agama, dan Kurikulum Pondok pesantren.

Berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan dapat memberikan gambaran bahwa peneliti ingin mengetahui hasrat dan keinginan upaya santi mengatasi masalah ekonomi dalam memenuhi suatu kebutuhan yang menunjang keberhasilan dengan cara mengatur kehidupan yang harus dipenuhi dengan alat pemuas kebuthan santriwan di Pondok Pesantren (sekolah berbasis asrama) Mathla’ul Anwar Pontiank.

Berdasarkan permasalahan yang dialami santriwan yang menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian secara ilmiah antara lain sebagai berikut : 1) Proses pengambilan keputusan pembelian kebutuhan; 2) Proses memenuhi kebutuhan santri melalui pengelolaan uang saku; 3) Suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang dinginkan dan yang terjadi.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian merupakan suatu cara yang dilakukan secara ilmiah dalam suatu penelitian untuk memperoleh data yang valid. Sugiyono (2015:2) mengemukakan “secara umum metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan keguanaan tertentu”.

Untuk mengetahui implementasi proses pengambilan keputusan pembelian kebutuhan dalam mengelola uang saku santriwan Pondok Pesantren Mathla’ul Anwar Pontianak dalam penelitian ini pendekatan yang dianggap cocok dan relevan adalah penelitian kualitatif dan metode penelitian di dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif.

Sedangkan menurut menurut Vardinsyah (dalam Leksono 2013:182), ‘penelitian deskriptif adalah upaya mengelolah data menjadi suatu yang dapat diutarakan secara jelas dan tepat dengan tujuan agar dapat dimengerti oleh orang yang tidak langsung

memahaminya sendiri' Tujuan ini untuk membantu pembaca mengetahui apa yang terjadi dilingkungan di bawa pengamatan, seperti apa peristiwa atau aktivitas yang terjadi di latar penelitian Emzir (2011:174). Sedangkan menurut Nawawi (2015:67), metode deskriptif adalah, "Prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarlan / melukis keadaan subyek / obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya".

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptf adalah sesuatu penelitian yang mendeskripsikan berdasarkan fakta-fakta yang ada di tempat penelitian yang bentuknya berupa kata-kata serta gambar.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh dan data apa yang diperlukan gunanya untuk mengetahui kepercayaan terhadap data yang sudah didapat. Menurut Bungin (2013:129) bahwa ada dua jenis sumber data yang biasanya digunakan dalam penelitian sosial, yaitu : 1) Sumber Data Primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah santriwan Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar, 2) Sumber Data Sekunder adalah yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber data pertama.

Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, dalam penelitian ini pedoman observasi, dan catatan lapangan merupakan sumber data sekunder.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan memudahkan dalam mendiskripsikan data sehingga permasalahan dalam penelitian dapat terjawab seluruhnya. Adapun yang menjadi masalah umum dalam penelitian ini adalala bagaimana pengambilan keputusan pembelian kebutuhan dalam mengelola uang saku santriwan pondok Pesantren Mathla'ul Anwar Pontianak.

Hasil dari penelitian ini berisi tentang deskripsi dari proses pembelian keputusan pembelian dalam memenuhi kebutuhan santriwan yang telah terorganisasi dengan baik sesuai dengan masalah yang ada dilapangan. Data penelitian akan disajikan secara informatif, komunikatif, dan relevan sesuai dengan rumusan masalah.

Dalam penelitian ini, penelitian mengambil lokasi penelitian di salah satu Pondok Pesantren di Pontianak yaitu Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar. Sekolah tersebut terletak di Kota Pontianak Jl. Prof. M. Yamin (Jl,Pak Benceng No.22 A) Kota Pontianak Kalimantan Barat. Adapun identitas informan yang menjadi objek penelitian ini yaitu santriwan Madrasah Aliyah kelas 11 Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar yang terdiri dari 12 santriwan yang berasal dari berbagai kabupaten di Kalimantan Barat.

Adapun hasil observasi dan wawancara mengenai prilaku konsumsi skala prioritas kebutuhan dalam mengelola uang saku santriwan Pondok Pesantren Mathla'ul Anwar Pontiana sesuai dengani 5 indikator yang diukur dari proses pemutusan pembelian yaitu dari 1) Pengenalan Kebutuhan; 2) Pencarian Informasi; 3) Evaluasi Alternatif; 4) Tindakan Pembelian; 5) Pasca Konsumsi. Brdasarkan dari pengambilan data yang telah dilakukan, sebagian aspek sudah terpenuhi namun baik buruknya keadaan tiap aspek akan dijelaskan lebih lanjut sesuai dengan indikator sebagai berikut.

Pembahasan

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebtuhan muncul ketika santriwan menghadapi suatu masalah yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Dalam indikator ini terdapat 3 aspek yang diamati yaitu : a) Santri yang dipengaruhi waktu berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan dari hasil yang didapat menunjukan 66,7% santri dipengaruhi waktu yang disebabkan oleh perkebangan zaman dan menurut hasil wawancara yang menyebabkan mereka membeli barang yang berhubungan dengan perkembangan zaman adalah di era moderen seperti ini santri juga tidak ingin ketinggalan zaman seperti sarung, gamis, dan kopiah, dan ada 33,3% santri tidak dipengaruhi waktu dikarenakan untuk

memenui kebutuhan yang berhubungan dengan perkembangan zaman untuk dilingkungan sekolah berbasis pondok pesantren tidaklah mudah dimana minimnya informasi yang masuk dilingkungan tersebut dan dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan yang menyebabkan santri tidak membeli barang yang berhubungan dengan perkembangan zaman karena faktor ekonomi dan kurang tertarik untuk membeli barang yang berhubungan dengan perkembangan zaman dan lebih suka dengan apa adanya. b) Santri yang dipengaruhi oleh pemasaran dari hasil yang di peroleh 25% santri dipengaruhi pemasaran ini dikarenakan ketika adanya iklan atau yang menawarkan barang dan di situlah memudahkan santri agar dapat menilai dan mengetahui barang yang ditawarkan, dan ada 75% santri tidak dipengaruhi oleh pemasaran yang disebabkan oleh terkadang pemasaran yang mereka temui tidak sesuai dengan apa yang tawarkan mungkin dari segi kualitas dan manfaat pada suatu barang yang ingin santri konsumsi. c) Santri yang dipengaruhi oleh situasi atau keadaan diperoleh menunjukan 91,6% santri dipengaruhi oleh keadaan dikarenakan keadaan atau situasi bisa membuat santri mengetahui kebutuhan yang harus mereka penuhi dan menurut hasil wawancara keadaan tersebut santri rasakan ketika kehabisan peralatan mandi, alat tulis, dan rasa lapar. Ada juga santri yang tidak dipengaruhi oleh keadaan menurut dari data yang diperoleh ada 8,4% dikarenakan santri yang bisa mengendalikan situasi dan dapat mengenal kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi ketika kebutuhan mereka mengalami masalah.

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika santriwan memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu barang. Dalam indikator ini ada 2 aspek yang diamati dalam memenuhi yaitu : a) Santri yang dipengaruhi orang lain dari data yang diperoleh menunjukan 83,3% santri dipegarui orang lain dalam memenuhi kebutuhan dikarenakan santri yang berada dilingkungan pondok pesantren pasti mempunyai jiwa sosial yang tinggi oleh karena itu mereka pasti sering dipengaruhi orang lain atau teman terdekat untuk memenuhi kebutuhan dan dari hasil wawancara yang telah dilakukan menunjukan bahwa biasanya santri dipengaruhi untuk membeli pakaian, dan makanan. Ada 16,7% santri tidak dipengaruhi oleh orang lain, ini disebabkan pemikiran yang sering berbeda dan lebih menyukai keputusan sendiri dalam memenuhi kebutuhan, b) Santri yang dipengaruhi lingkungan dari data yang diperoleh menunjukan 83,3% santri dipengaruhi oleh lingkungan dikarenakan santri yang belajar dilingkungan pondok pesantren pastinya berbeda dengan siswa pada umumnya dan dari hasil wawancara di dapatkan yang membuat santri dipengaruhi oleh ilngkungan ialah tren misal dari membeli alat ibadah seperti tasbih kaukah , surban, kopiah, pulpen dan ketika beberapa santri membeli barang tersebut tanpa dipengaruhi yang lain akan ikut-ikutan. Dan ada 16,7% tidak dipengaruhi lingkungan karena oleh faktor ekonomi yang tidak memadai dan lebih suka menyesuaikan diri sendiri dengan hidup sederhana dengan kebutuhan yang ada.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi piihan atau produk serta merek dan memilihnya sesuai dengan yang dinginkan santri, pada proses ini santri membandingkan dan membandingkan berbagai pilihan yang dihadapi. Dalam indikator ini ada 2 aspek dalam memenuhi kebutuhan yang diamati yaitu: a) Santri yang dipengaruhi harga menunjukan 91,6% santri dipengaruhi dengan harga ini sebabkan santri yang berada dilingkungan pondok pesantren agar bisa mengelola uang saku dengan baik dan bisa hidup hemat selama di pondok pesantren. Dan ada 8,4% santri yang tidak dipengaruhi oleh harga dikarenakan faktor ekonomi yang mempuni yang membuat santri tersebut tidak ada masalah pada barang yang ingin dibeli, b) Santri yang dipengaruhi merek atau kemasan menunjukan 75% santri dipengaruhi oleh merek atau kemasan di karenakan untuk merek atau kemasan yang mereka kenal dan tau manfaatnya pasti mereka akan lebih mudah memilih barang tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dan ada 25% santri tidak dipengaruhi oleh kemasan atau merek disebabkan santri lebih

mengutamakan suatu manfaat dan kegunaan barang tersebut di bandingkan merek atau keasan pada suatu barang yang ingin dibeli.

4. Pembelian

Setelah mengevaluasi pilihan, maka santri akan melanjutkan proses berikutnya, yaitu melakukan tindakan pembelian barang yang ingin mereka beli. Dalam indikator ini terdapat 2 aspek yang diamati yaitu : a) Santri yang dipengaruhi status sosial menunjukan 91,6% santri tidak dipengaruhi oleh barang-barang yang dapat menunjang satatus sosial mereka itu dikarenakan kurangnya efektif kalau untuk memenuhi kebutuhan yang dapat menunjang status sosial santri yang berada dilingkungan sekolah berbasis pondok pesantren, dan ada 8,4% santri yang dipengaruhi status sosial ini disebabkan santri yang tertarik pada barang tersebut dan dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan biasanya santri membeli baju muslim tertentu demi menunjang status sosialnya, b) Santri mempertimbangkan barang yang dibeli menunjukan santri 100% mempertimbangankan barang yang ingin mereka beli terlebih dahulu karena dilihat dari hasil wawancara yang telah di lakukan dengan mempertimbangkan barang yang ingin dibeli santri dapat mengetahui barang tersebut dari harga, kualitas dan kegunaannya. Dengan demikian memudahkan santri untuk melihat barang-barang apa saja yang harus mereka penuhi terlebih dahulu dan barang mana yang harus mereka tunda. Setelah mempertimbangkan barang yang ingin santri beli biasanya santri menanyakan atau minta pendapat kepada teman terdekatnya apakah barang yang ingin santri beli ini bagus atau tidak.

5. Perilaku Pasca Konsumsi

Setelah mengkonsumsi suatu barang, santri tidak berhenti hanya sampai disini, namu ada tindakan lain yang mengikuti konsumi yang disebut tindakan pasca konsumsi. Tindakan pasca konsumsi tersebut akan berlanjut setelah konsumsi melakukan evaluasi yang dapat menimbulkan hasil dari apa yang santri konsumsi. Dalam indikator ini terdapat 2 aspek yang diamati yaitu :a) Santri yang merasa puas dengan barang yang dibeli menunjukan 83,3% santri merasa puas pada barang yang mereka beli dikarenakan sesuai dengan harapan yang merekan inginkan dan sebelum membeli barang mereka merencanakan terlebih dahulu barang yang ingin dibeli sehingga tidak ada penyesalan ketika membelinya, b) Santri yang tidak merasa puas dengan barang yang dibeli menunjukan 16,7% santri tidak merasa puas pada barang yang telah mereka beli dikarenakan tidak merencanakan terlebih dahulu barang yang ingin dibeli sehingga mengakibatkan kecewa pada barang yang telah dibeli, c) Santri merekomendasikan ke orang lain menunjukan 83,3% santri merekomendasikan barang yang telah mereka beli kepada teman sehingga orang sekitar bisa menikmatinya dan dapat menjadi bahan informasi yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan dan ada 16,7% santri tidak merekomendasikan barang yang telah dikonsumsi yang disebabkan pemikiran yang berbeda-beda dan taku mengecewakan orang lain**.**

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Terdapat kesimpulan sebagai berikut: 1) Pengenalan Kebutuhan muncul ketika santriwan menghadapi suatu masalah yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya. Dari hasil yang di peroleh santiwan mengetahui kebutuhan mereka dari faktor internal atau dalam diri seperti ketika kita merasa lapar, kebutuhan yang kurang, dan adanya keinginan. Untuk faktor external adalah lingkungan dimana santri yang hidup di lingkungan pondok pesantren pasti dipengruhi oleh orang-orang disekelilingnya dan untuk faktor yang mempengaruhi dalam memenuhi kebutuhan biasanya santri dipengruhi adalah ekonomi dan kelayakan suatu barang yang ingin dibeli. 2) Pencarian Informasi Sesudah tahap pengenalan kebutuhan terjadi, maka selanjunya pencarian informasi yang muncul ketika santriwan termotivasi untuk mencari barang-barang yang ingin mereka penuhi. Pencarian informasi muncul ketika santri mulai memandang bahwa kebutuhan tersebtu bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsinya. Dari hasil yang diperoleh

dapat di ketahui bahwa santri dipegaruhi orang lain dalam memenuhi kebutuhan karena santri yang berada dilingkungan pondok pesantren pasti mempunyai jiwa sosial yang tinggi oleh karena itu mereka pasti sering dipengaruhi orang lain atau teman terdekat untuk memenuhi kebutuhan. 3) Evaluasi Alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan suatu barang untuk mengetahui kualitas, harga dan kegunaannya serta kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Dari hasil yang telah peroleh untuk mengevaluasi barang sebelum membeli santri melihat harganya terlebih dahulu hal ini dikarenakan agar dapat lebih mudah mengelola uang saku dengan baik dan tidak boros. Mengenai membeli barang berdasarkan kepentingan ada juga santri yang membeli barang berdasarkan kepentingan, hal tersebut dikarenakan perlunya skala prioritas agar santri lebih mudah untuk mengetahui mana kebutuhan yang harus didahulukan dan mana kebutuhan yang bias ditunda terlebih dahulu. Sehingga santri dapat memenuhi kebutuhan dengan tepat dan sesuai dengan kemampuan. dan untuk mengenai membeli barang berdasarkan kemasan dan merek santri kadang-kadang suka dan tidak suka mengenai merek dan kemasa dikarenakan santri yang tidak suka lebih mengutama kualitas dan manfaat pada barang yang ingin dibeli. 4) Pembelian seletah menentukan pilihan suatu barang, santri akan melakukan tindakan pembelian suatu barang tersebut untuk memenuhi kebutuhan yang ingin dipenuhi santri. Dari hasil yang diperoleh yang mengacu pada mendiskusikan terlebih dahulu barang yang ingin dibeli karena dengan mendiskusikan barang yang ingin santri beli memudah kan santri untuk mengetahui apakah barang yang ingin dibeli itu bagus atau tidak , dan dilihat dari kualitas tahan lama atau tidak barang ketika digunakan , cocok atau tidaknya barang yang akan santri beli. Dan santr juga menentukan dan mempertimbangkan barang yang dibeli dari hal ini dikarenakan santri yang suka mempertimbangkan dan menentukan barang yang ingin dibeli memudahkan santri untuk mengetahui mana kebutuhan yang harus didahulukan dan mana kebutuhan yang bias ditunda. 5) Pasca Konsumsi setelah mengkonsumsi suatu barang, santri tidak berhenti disitu saja, namun ada tindakan lain yang mengikuti konsumsi yang disebut tindakan pasca konsumsi. Tindakan pasca konsumsi tersebut akan berlanjut setelah konsumen melakukan evaluasi yang dapat menimbulkan hasil apa yang santri konsumsi.

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat dilihat bahwa dari aspek pasca konsumsi santri merasa puas dengan apa yang dibeli dan tidak hanya itu saja terkadang santri merekomendasikan, memberi saran dan masukan kepada teman yang ingin membeli barang agar mereka juga dapat mengekonsumsi barang yang sama sesuai dengan manfaat yang ada pada barang tersebut.

Saran

Setelah mengadakan penelitian ini dilapangan dala pengelolahan data baik bersumber observasi dan wawancara terdapat beberapa saran yang dapat di jadikan pertimbangan diharapkan saran ini dapat bermanfaat memperbaiki kearah yang lebih baik. Saran tersebtu antara lain : 1) Hendaknya pihak Pondok Pesantren lebih memperhatikan lagi kebutuhan-kebutuhan santri yang dimana kurang luasnya jangkauan santri untuk membeli barang tapi masih dalam pengawasan Pondok Pesantren dalam memenuhi kebutuhan mereka dan lebih memperhatikan santri yang baru masuk kedalam lingkungan pesantren yang dimana kurangnya pengalaman hidup mandiri. 2) Hendaknya pihak pengurus lebih memperhatikan kebutuhan-kebutuhan santri yang dimana kurangnya jangkauan santri untuk memenuhi kebutuhan dan pengurus juga memperhatikan dan mengarahkan santri baru yang kurang pengalaman hidup mandiri. 3) Hendaknya santri lebih mengetahui pengambilan keputusan yang dimana agar lebih memudahkan santri dalam membeli kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu dan mana yang harus di tunda dan memahami tentang proses keputusan pembelian yang meliputi tentang : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi tentang barang yang santri butuhkan, evaluasi pilihan kebutuhan, proses pembelian dan pasca pembelian barang yang mereka butuhkan. 4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan

pembelian kebutuhan dari apa yang sudah dikaji dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Alimul, A. (2006). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia.* Jakarta : Salamba Medika.

Boxton, H. J. (2006). *Mengelola Uang Saku*. Bandung : Pakaraya.

Emzir. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

Geminastiti, K & Nurlita, N. (2015). *Ekonomi Untuk SMA/MA Kelas X Kelompok Peminatan Ilmu-ilmu Sosial*. Bandung : Yrama Widya.

Ghazali, B. (2001). *Pesantren Berwawasan Lingkungan.* Jakarta : CV. Prasasti

Glodfeld, M. S. & Chandler, V. S. (1996). *Ekonomi Uang dan Bank Edisi Kesembilan.* Jakarta : Erlangga.

Hamlik, O. (2016). *Proses Beljar Mengajar*. Jakarta : PT. Bumi Aksar.

Lautiainen, T. (2015). *Factors affecing consumers' buying decision in the selection of a coffee brand. Saimaa University of Applied Sciences.*

Leksono, S. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

Nurhayati, E. (2016). *Psikologi Pendidikan Inovatif.* Yogyakarta : Pustaka Belajar.

Rahardja, P & Purwanta, W. (2016). *Eksplorasi Nalar Siswa Ekonomi Untuk SMA/MA Kelas X*. Bandung : Yrama Widya.

Schiffman, L & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen***,** Jakarta : PT Indeks

Setiadi, J. N. (2013) *Perilaku Konsumen***,** Jakarta : Kencana Pernanda Media Group.

Sumarwan, U. (2014) *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta.