

Pengaruh Persepsi Biaya, Lokasi, Fasilitas, Lingkungan, Figur Pengasuh, dan Metode Belajar Terhadap Kepuasan Santri Tinggal di Pondok Pesantren

Widyarini

Jurusan Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta
widyarini.uin@gmail.com

Mu'ti Rohmah

muthie_rahma@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi biaya, lokasi, fasilitas, lingkungan, figur pengasuh, dan metode belajar terhadap kepuasan santri tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta. Objek dari penelitian ini adalah santri putri yang tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer dan alat analisisnya regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel biaya, lokasi, fasilitas, dan metode belajar tidak berpengaruh secara parsial. Variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan santri tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta adalah persepsi figur pengasuh dan lingkungan.

Ponpes ini termasuk dalam kriteria pondok salaf, yang bertujuan untuk menyebarkan ilmu agama, sehingga dalam penelitian ini hanya persepsi figur pengasuh dan lingkungan yang bermakna. Meskipun demikian manajemen pemasaran tetap diperlukan, agar santri merasa puas, sehingga word of mouth positif terbentuk, untuk menumbuhkan minat kedatangan santri baru.

Kata kunci: Persepsi biaya, lokasi, fasilitas, lingkungan, figur pengasuh, metode belajar, dan kepuasan santri.

A. Pendahuluan

Pondok pesantren (Ponpes) merupakan salah satu tempat pendidikan dalam bidang agama Islam, yang bertujuan untuk

meningkatkan pengetahuan tentang agama dengan dasar Al-Qur'an dan Hadis serta mungkin kitab untuk dipahami dan diaplikasikan secara benar oleh para muridnya (santri). Pondok pesantren bisa bersifat komersial maupun non komersial tergantung tujuan dari para pengelolanya. Konsekuensi dari komersial adalah memberikan fasilitas yang memadai, sesuai dengan kelas sosial santri yang diharapkan datang ke pondok pesantren tersebut. Secara umum, tujuan kegiatan bisnis dibedakan menjadi dua, yaitu tujuan mencari laba dan tidak mencari laba. Demikian pula halnya dengan kegiatan marketing, bisa dibedakan marketing "*profit organization*" dan "*non profit organization*". Lembaga pendidikan termasuk ke dalam *non profit organization*, karena didirikan oleh yayasan, tujuan utamanya bukan mencari laba. Ponpes lebih spesifik, selain bergerak dalam dunia pendidikan juga untuk syiar agama. Namun demikian, ponpes harus memberikan pelayanan yang baik, agar santrinya merasa puas, sehingga tujuan syiar agama dapat berkelanjutan dan berkembang dengan baik.

Sejarah pendidikan di Indonesia mencatat bahwa pondok pesantren adalah bentuk lembaga pendidikan pribumi tertua di Indonesia. Terdapat dua pendapat mengenai awal berdirinya ponpes di Indonesia. Pendapat pertama menyebutkan bahwa ponpes berakar pada tradisi Islam sendiri dan pendapat kedua menyatakan bahwa sistem pendidikan model ponpes adalah asli Indonesia.¹ Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan luar sekolah yang menyelenggarakan program pengajaran pendidikan agama Islam kepada santri sebagai peserta didik. Departemen Agama RI menyatakan bahwa sebuah lembaga pendidikan dapat disebut sebagai ponpes apabila di dalamnya terdapat lima unsur, yaitu: (1) kyai, (2) santri, (3) pengajian, (4) asrama, dan (5) masjid dengan segala aktivitas pendidikan keagamaan dan kemasyarakatannya.² Sejak awal pertumbuhannya, tujuan utama ponpes adalah menyiapkan santri mendalami dan menguasai ilmu agama Islam (*tafaqquh fid-din*), untuk mencetak kader-kader ulama dan mencerdaskan masyarakat; dakwah dan benteng pertahanan umat dalam

¹Depag RI Dirjen Kelembagaan Agama Islam, *Pondok Pesantren dan Madrasah Diniyah Pertumbuhan dan Perkembangannya*, (Jakarta: 2003), hlm. 7.

²*Ibid.*, hlm. 28.

bidang akhlak. Allah SWT menyebutkan perintah untuk menyebarkan kebajikan atau biasa disebut berdakwah dalam firmanNya yaitu:

ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون³

Ditinjau dari tingkat konsistensi sistem lama dan keterpengaruhannya oleh sistem modern, secara garis besar ponpes dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk, yaitu: ponpes salafiyah, ponpes khalafiyah, dan ponpes kombinasi. Ponpes salafiyah menyelenggarakan pembelajaran dengan pendekatan tradisional, sebagaimana yang berlangsung sejak awal pertumbuhannya dengan konsentrasi pada Al-Qur'an dan Hadis serta kitab-kitab klasik berbahasa Arab. Sedangkan ponpes khalafiyah menyelenggarakan kegiatan pendidikan dengan pendekatan modern, melalui satuan pendidikan formal, baik madrasah (MI, MTs, MA atau MAK), maupun sekolah (SD, SMP, SMU dan SMK), atau nama lainnya tetapi dengan pendekatan klasikal. Dalam perkembangannya, ponpes yang berada di antara rentangan dua pengertian di atas disebut dengan ponpes kombinasi.

Sebagian besar ponpes di Indonesia telah menyesuaikan diri dengan perkembangan, sehingga bisa eksis sampai sekarang, baik di pedesaan maupun di daerah perkotaan. Kemenag RI tahun 2011-2012 berhasil melakukan pendataan, terdapat 27.230 ponpes yang tersebar di seluruh Indonesia.⁴ Dengan banyaknya ponpes tersebut, maka timbul persaingan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menawarkan jasa pendidikan. Oleh karena itu, pemberian pelayanan yang baik untuk santri merupakan hal yang sangat penting. Perencanaan secara matang dengan sistem pengorganisasian yang tertata rapi, membuat pihak yang terlibat di pesantren merasa senang. Berbagai hal perlu diperhatikan oleh pengelola ponpes antara lain: biaya pendidikan, fasilitas, lokasi dan lingkungan sekitar, keberadaan pengasuh serta proses/metode belajar. Apabila variabel-variabel tersebut dapat membuat santri merasa nyaman, kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan santrinya sebagai pengguna jasa.

³QS. Ali-Imran (3): 104.

⁴ "Analisis dan Interpretasi Data pada Pondok Pesantren, Madrasah Diniyah (Madin), dan Taman Pendidikan Qur'an (TPQ) Tahun Pelajaran 2011-2012", <http://pendis.kemenag.go.id/file/dokumen/pontrenanalisis.pdf>, akses tanggal 7 Februari 2014.

Keunikan yang sekaligus sebagai daya tarik ponpes adalah figur kyai-ustadz sebagai pemimpin, pengasuh, dan pengajar di ponpes. Artinya, figur seorang kyai-ustadz merupakan daya tarik luar biasa bagi calon santri, wali santri, dan masyarakat untuk mencari ilmu. Kedalaman ilmu yang dikuasai oleh seorang kyai, sesungguhnya merupakan potensi ekonomi pesantren untuk berkembang. Meskipun potensi berasal dari seorang atau beberapa orang kyai-ustadz ponpes, tetapi karena institusi pesantren biasanya melekat pada figur sang kyai-ustadz, maka pemanfaatan potensi tersebut juga untuk kemaslahatan pesantren.

Pondok dibangun dari timbulnya problem penginapan bagi santri yang berasal dari luar kota, yang juga berimplikasi pada kelancaran proses belajar. Problem ini hingga sekarang masih menjadi tantangan bagi pihak pesantren. Menurut Mujamil Qomar, salah satu masalah yang dihadapi pesantren besar terutama yang memiliki santri di atas 500 orang adalah penyediaan pondok-pondok untuk tempat tinggal para santri dan gedung-gedung untuk keperluan ibadah, pengajian, dan pengajaran yang lain.⁵

Lokasi pesantren untuk di daerah perkotaan dipandang penting bagi calon santri yang ingin tinggal di ponpes, terutama bagi santri yang menuntut ilmu di lembaga pendidikan formal. Sedangkan Fasilitas di dalam (terutama kenyamanan bagi para santri ketika kegiatan belajar berlangsung) maupun di luar lingkungan pesantren merupakan pendukung kegiatan harian dari para santri.

Yogyakarta sebagai kota pelajar memotivasi pendatang dari luar kota untuk belajar di universitas atau sekolah tinggi di Yogyakarta, dalam rangka meningkatkan kemampuan dirinya pada bidang tertentu. Hal ini mempengaruhi perkembangan ponpes dan memicu pengelola pesantren untuk terus melakukan perbaikan, agar mampu menarik para mahasiswa pendatang untuk tinggal dan belajar agama di ponpesnya. Dengan demikian, mahasiswa tersebut dalam satu waktu bisa belajar dalam bidang ilmu tertentu, sekaligus memperdalam ilmu agama untuk bekal hidupnya.

⁵Mujamil Qomar, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 88.

Data Kemenag RI pada tahun 2008-2009 mencatat terdapat 294 ponpes di Yogyakarta. Berbagai macam model dan kualifikasi ditawarkan, dari fasilitas yang serba sederhana sampai kelas VIP. Misalnya Ponpes Wahid Hasyim yang menawarkan berbagai pilihan fasilitas untuk para santrinya, sehingga terbagi menjadi beberapa kelompok asrama, model pesantren di Krapyak menawarkan berbagai fasilitas sesuai keinginan santri. Sedangkan Ponpes al-Luqmaniyyah menawarkan kegiatan kajian kitab yang masih kental.

Ponpes al-Luqmaniyyah adalah salah satu ponpes salaf di Yogyakarta yang keseluruhan santrinya adalah mahasiswa putra dan putri. Lokasi Ponpes berada pada posisi yang strategis, mudah terjangkau oleh transportasi umum dan cukup dekat dengan pusat-pusat pendidikan antara lain: Universitas Ahmad Dahlan (UAD), Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Suka), dan Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Konsekuensi logis dari letak ponpes, banyak mahasiswa yang ingin tinggal di ponpes sekaligus menimba ilmu agama.

Ponpes al-Luqmaniyyah adalah ponpes salaf yang mampu bertahan di tengah-tengah kota, bersaing dengan ponpes modern. Terbukti sampai saat ini Ponpes al-Luqmaniyyah memiliki santri tinggal (mukim) sekitar 350 orang dari berbagai daerah. Pada periode tahun 2000-2011 pesantren ini pertama kali diasuh oleh KH. Najib Salimi putra dari KH. Salimi Mlangi. Setelah beliau wafat digantikan oleh istri beliau Nyai Hj. Siti Chamnah Najib. Seorang perempuan muda yang mampu memimpin dan mengasuh ponpes dengan ratusan santri putra dan putri dari berbagai kota, bahkan luar pulau tanpa pendampingan suami. Kondisi ini jarang ditemui, mengingat kewibawaan kaum perempuan berbeda dengan kaum laki-laki. Untuk kelangsungan ponpes, dipandang perlu untuk melakukan penelitian baik secara formal maupun informal, terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta tingkat kepuasan santri. Kepuasan santri akan berdampak pada *word of mouth* positif yang mampu mendatangkan santri lainnya untuk bergabung di ponpes tersebut.

Penelitian ini mencoba mengungkap tentang kepuasan para santri di Ponpes al-Luqmaniyyah, khususnya santri putri yang

keseluruhannya berstatus sebagai mahasiswa. Variabel pengaruh kepuasan yang akan diukur meliputi persepsi biaya, lokasi, fasilitas, lingkungan, figur pengasuh, dan metode belajar santri yang tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

B. Kajian Teoretik

Penelitian terdahulu tentang tema di atas di antaranya adalah penelitian Nuril Bariroh. Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui berapa besar sumbangan faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, dan pendukung dalam pengambilan keputusan mahasiswa menetap di Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester tiga ke atas yang menetap di Ma'had. Teknik analisis data dengan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) menggunakan Amos 18.0. Hasilnya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menetap di Ma'had tersebut.⁶

Sujarwo dan Afsah Novita Sari meneliti tentang kualitas jasa layanan Universitas Pesantren Tinggi Daarul Ulum Jombang. Berdasarkan perhitungan dengan metode servperf, atribut keinginan konsumen termasuk prioritas utama yang menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang.⁷

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena ingin mengetahui variabel pengaruh kepuasan santri tinggal, di ponpes sebagai pembeli jasa suatu instansi pendidikan non formal. Sedangkan variabel independennya adalah persepsi santri tentang biaya, lokasi, fasilitas, lingkungan, figur pengasuh, dan metode belajar di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta.

Ponpes salaf tidak akan mempublikasikan pondoknya melalui komunikasi formal, namun *word of mouth* positif harus

⁶Nuril Bariroh. "Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Mahasiswa Menetap di Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang", *Skripsi* (Malang: 2011), hlm. 1.

⁷Sujarwo dan Afsah Novita Sari, "Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Daarul Ulum dengan Metode Servperf dalam Persiapan Menghadapi Persaingan Regional", *Skripsi* (Jombang: UNIPDU), hlm. 2.

dibentuk agar syiar agama yang memerlukan kehadiran santri dapat berkelanjutan dengan baik. Banyak cara melakukan komunikasi, yang merupakan salah satu variabel bauran pemasaran (produk, harga, saluran pemasaran dan komunikasi pemasaran). Komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller adalah: sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk yang dijual.⁸

Bauran komunikasi pemasaran terdiri dari dari delapan model komunikasi utama, yaitu: iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal.⁹ Komunikasi pemasaran yang tepat untuk ponpes salaf adalah komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yaitu: komunikasi lisan, tertulis dan melalui elektronik antara individu dengan individu atau masyarakat, yang menceritakan tentang keunggulan ataupun kelemahan produk, berdasarkan pengalaman pembelinya. Komunikasi model ini lebih dipercaya oleh masyarakat dibandingkan model yang lain, karena berasal dari masyarakat (pembeli jasa) bukan penjual/perusahaan. Pembicaraan tentang keunggulan produk baik penilaian positif ataupun negatif sulit dikendalikan oleh penjual produk. Atas dasar kenyataan tersebut, maka tingkat kepuasan khususnya pembeli jasa harus betul-betul dipikirkan oleh manajemen penjual jasa. Hal ini dilakukan untuk menghindari tersebar luasnya penilaian negatif yang sulit dikendalikan oleh pihak penjual jasa. Demikian juga halnya dengan ponpes. Pada dasarnya ponpes dapat dikategorikan menjual jasa, meskipun tidak mencari keuntungan (non profit). Jasa yang dijual berupa proses belajar (transfer ilmu) agama. Untuk bisa berlangsungnya transfer ilmu dengan baik, diperlukan faktor pendukung yang dapat dilihat (kasat mata) antara lain: fasilitas fisik (misalnya: gedung, ruangan belajar, ruang tidur, lingkungan sekitar, lokasi).

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Yazid: Jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang keluarannya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan

⁸Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

⁹*Ibid.*, hlm. 174.

produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi pembeli pertamanya.¹⁰ Sedangkan menurut Kotler dan Keller: Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik tetapi bisa juga tidak dikaitkan.¹¹

Jasa merupakan fenomena yang rumit (*complicated*), kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari kata yang paling sederhana yaitu berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain sampai dengan kegiatan yang rumit, dengan melibatkan barang sebagai fasilitas penunjangnya untuk meyakinkan calon pembeli bahwa jasa tersebut berkualitas. Misalnya jasa pendidikan harus ada dukungan bangunan/gedung yang memadai, fasilitas ruang beserta isinya serta lingkungan yang nyaman. Jasa adalah setiap tindakan atau aktifitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan konsumen terlibat aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Keberadaan jasa tidak dapat terlepas dari kegiatan pemasaran di ponpes. Pemasaran melakukan kegiatan penelitian untuk mengetahui kebutuhan ataupun keinginan santri. Oleh sebab itu, ponpes perlu melakukan proses pemasaran untuk memaksimalkan hasil dari tujuan organisasi. Terdapat 7 elemen bauran jasa menurut Zeithaml dan Bitner dalam Yazid yaitu: *product* (produk), *price* (tarif), *promotion* (promosi), *place* (lokasi), *people* (orang), *process* (proses), *customer service* (layanan terhadap konsumen).¹²

1. *Product* (Produk)

Produk yang dimaksudkan adalah jasa murni atau kombinasi dari jasa dan barang yang diinginkan oleh konsumen untuk mendapatkan kepuasan.¹³ Produk dapat berupa barang,

¹⁰Yazid, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 3.

¹¹ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2011), hlm. 36.

¹²Yazid, *Pemasaran Jasa...*, hlm. 70.

¹³ Widyarini, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum Press UIN Sunan Kalijaga, 2012), hlm. 84.

jasa maupun kombinasi dari keduanya. Ponpes menjual jasa, sehingga yang dijual tidak berwujud, namun bisa dirasakan hasilnya. Pada dasarnya, ponpes menjual transfer ilmu agama Islam. Hasilnya yaitu berupa pemahaman terhadap tuntunan yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis serta pendidikan hidup sederhana dan mandiri.

2. *Price* (Tarif)

Keputusan penentuan tarif jasa (pada ponpes disebut biaya) harus memperhatikan beberapa hal. Hal yang paling utama adalah keputusan penentuan biaya yang sesuai dengan situasi dan kondisi. Biaya yang akan ditetapkan bergantung pada kondisi kelas sosial santri di ponpes tersebut. Selain itu, biaya di ponpes ini hanya didasarkan pada pengeluaran biaya hidup santri, bukan untuk jasa ustadz yang mentransfer ilmu. Pembayaran jasa untuk ustadz diambilkan dari sumber lain (misal: berasal dari donatur).

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila calon pembeli belum pernah mendengar atau melihatnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Penawaran jasa tidak semua bisa dipromosikan ke konsumen melalui bauran promosi, jika dipromosikan justru terkadang mendapat tanggapan negatif.¹⁴ Pada umumnya, jasa di ponpes pemasarannya melalui komunikasi oleh santri/orang tua santri maupun alumni santri yang pernah tinggal di ponpes, melalui *word of mouth* positif maupun negatif. Jika santri merasa puas saat tinggal di ponpes, maka *word of mouth* positif yang akan terbentuk, demikian juga sebaliknya.

4. *Place* (Saluran Distribusi)

Untuk hasil produk berupa barang *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk industri jasa (pendidikan) pondok pesantren, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Keputusan pemilihan lokasi ponpes kadang "dipaksakan" karena tanah dari pemberian (wakaf) dari

¹⁴*Ibid.*, hlm. 85.

donatur ataupun rumah tinggal kyainya, yang dikembangkan menjadi ponpes. Dengan demikian, lokasi menjadi pertanyaan besar tentang bisa atau tidaknya dianggap strategis. Apabila ponpes berkembang dengan baik dan lokasi yang ada sudah tidak mencukupi lagi, maka ponpes akan melakukan pembukaan cabang di lokasi lain, guna memenuhi permintaan calon santri. Dengan konsekuensi ustadz/kyainya yang berpindah-pindah tempat untuk mengajar di cabang yang ada, secara bergantian.

5. *People* (Orang)

Orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa, sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen yang terlibat di ponpes antara lain: pengasuh ponpes, pengurus ponpes, para pengajar (*asatidz*), dan para santri.

6. *Process* (Proses)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa. Untuk mendapatkan alumni ponpes yang siap terjun di masyarakat, perlu dilakukan proses yang panjang. Proses tersebut diawali dengan penyusunan kurikulum untuk mencapai pembelajaran yang efektif sesuai tujuan ponpes didirikan.

7. *Customer Service* (Layanan terhadap Pelanggan)

Layanan diartikan sebagai cara dari pihak ponpes dalam memberikan jasa kepada santri dengan fasilitas pendukungnya. Para santri mendapatkan proses belajar-mengajar dari para ustadz di ponpes. Proses belajar pada umumnya satu arah maupun dua arah, sangat tergantung pada bidang ilmu yang diajarkan. Kegiatan *customer service* di ponpes salaf dapat dikatakan sangat minimal, karena budaya ponpes tidak memungkinkan untuk para santri banyak mengeluh, minta penjelasan dan semacamnya. Mereka sangat patuh pada ustadz/kyai dan menerima apa adanya.

Pemasaran Jasa Pendidikan

Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan menjual layanan. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar kepada lembaga pendidikan. Baik berupa pembayaran uang SPP, sumbangan pembangunan, ataupun yang lain. Konsekuensi dari pembayaran tersebut, pihak pembeli berhak memperoleh

layanan yang memuaskan. Layanan ini dapat dilihat dari berbagai bidang, mulai dari pendukung layanan dalam bentuk fisik bangunan, fasilitas dan proses belajar atau transfer ilmu dari ustadz yang berkualitas. Pembeli akan menuntut layanan yang kurang memuaskan. Kriteria memuaskan adalah besarnya harapan dengan hasil yang didapat oleh santri, disesuaikan dengan pengorbanannya (pembayaran). Jadi *marketing* jasa pendidikan berarti kegiatan lembaga pendidikan yang memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.¹⁵

Menurut Lockhart dalam David Wijaya, Pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu dimana siswa, orang tua siswa, karyawan sekolah dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.¹⁶ Oleh karena itu, pemasaran jasa pendidikan meliputi aktivitas dan alat untuk mempromosikan sekolah secara konsisten dan efektif sebagai pilihan pendidikan terbaik bagi siswa dan orang tua siswa yang merupakan aset bagi masyarakat.

Jasa dalam Perspektif Islam

Setiap aktifitas kehidupan terikat dalam aturan syariah. Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Seperti halnya jasa di lembaga ponpes yang diberikan oleh pengelola/pengasuh kepada santri. Santri mendapatkan pelayanan pendidikan dan pondokan sebagai tempat tinggal, sehingga tidak mendapatkan pemindahan hak guna berwujud barang. Inti jasa yang diberikan ponpes adalah jasa pengajaran (transfer ilmu) dalam bidang agama. Seorang Kyai mengajarkan ilmu agama kepada para santrinya, bertujuan untuk mewariskan hal positif kepada orang lain, karena dalam Al-Qur'an dijelaskan:

واجعل لي لسان صدق في الآخرين¹⁷

¹⁵Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 46.

¹⁶David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 16.

¹⁷QS. Asy-Syu'araa (26): 84.

Di dalam Hadis pun dijelaskan,

إذا مات الإنسان انقطع عمله إلا من ثلاثة: إلا من صدقة جارية، أو علم ينتفع به، أو ولد صالح يدعو له¹⁸

Pada ayat dan hadis di atas menjelaskan bahwa manusia harus memberikan warisan yang baik bagi orang-orang yang datang ke dunia setelahnya, termasuk anak dan cucu. Agar kelak dapat menjadi amal jariyah yang dapat menolong kehidupan akhirat.

Ponpes salaf melakukan kegiatan pemasaran bukan untuk menawarkan jasa pendidikan secara komersial, namun bertujuan untuk syiar agama atau berdakwah. Untuk mensukseskan tujuannya, diperlukan keberadaan santri sebagai obyek dakwah. Dengan demikian, seorang kyai dituntut untuk dapat memberikan kepuasan terhadap santri agar terbentuk *word of mouth* positif. Penyebaran informasi positif dari santri kepada saudara, teman maupun masyarakat muslim akan meningkatkan jumlah santri yang datang ke ponpes. Dengan demikian, maka misi dakwahnya tentang ilmu agama bisa dikatakan berhasil.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Basu dan Hani adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis, termasuk proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹⁹

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal antara lain: faktor budaya, sosial, keluarga, faktor pribadi. Sedangkan faktor internal antara lain: faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Dalam penelitian ini faktor eksternal yang digunakan adalah faktor budaya, sosial, dan keluarga. Sedangkan faktor internal meliputi motivasi dan persepsi.

¹⁸HR. Muslim, *Shahih Muslim* (Bait al-Afkar ad-Dauliyah, 1998), hlm. 670. Hadis dari Yahya bin Ayub dari Ibnu Hajar dari Ismail bin Ja'far dari al Ala' bin Abdurrahman dari Abu Hurairah.

¹⁹ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPF, 2008), hlm. 39.

Teori Kepuasan

Menurut Gerson dalam David Wijaya, kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terkait dengan apakah harapan yang diterima telah terpenuhi dibandingkan dengan ketika menerima kualitas produk atau jasa sebelum membeli.²⁰ Lembaga pendidikan termasuk juga pesantren pada hakekatnya bertujuan memberi layanan bidang pendidikan agar siswanya merasa puas. Layanan ini tidak berujud, untuk bisa dinilai perlu adanya dukungan fisik, antara lain: gedung/bangunan, kamar tidur, ruang belajar, kebersihan lingkungan, fasilitas, dan nama guru atau ustadz yang dikenal berkualitas.

Pesantren

Pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tradisional di Indonesia. Kata pesantren berasal dari kata "santri", yang diberi awalan *pe* dan akhiran *an* menjadi pesantrian (pesantren), yang berarti tempat tinggal para santri.²¹ Menurut Mastuhu, Pesantren adalah suatu lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.²² Jadi, pesantren adalah tempatnya para santri belajar agama Islam yang mengajarkan aturan dan nilai-nilai kehidupan dunia akhirat.

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab pendidikan dengan segala jenisnya tidak hanya berdimensi duniawi tetapi juga berdimensi ukhrawi, sehingga pendidikan Islam mempunyai tanggungjawab setiap pribadi muslim untuk merealisasikan hidupnya, seperti yang digariskan Allah SWT dalam surat al Qashash: 77 yaitu agar manusia memiliki keselarasan dan keseimbangan dunia dan akhirat.

²⁰David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 74.

²¹Zamkhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*(Jakarta: LP3ES, 1982), h. 18.

²² Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*(Jakarta: INIS, 1994), h. 55.

وابتغ فيما آتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا وأحسن كما أحسن الله إليك ولا تبغ الفساد في الأرض إن الله لا يحبّ المفسدين²³

Ponpes dalam perjalanannya telah mengalami perubahan, baik isi maupun bentuknya, meskipun masih pula dapat dijumpai beberapa ponpes yang tetap berusaha untuk mempertahankan pola, model atau gaya lama. Dari perkembangan tersebut, terdapat beberapa variasi bentuk pesantren. Menurut Win Usuluddin disebutkan, terdapat lima tipe pesantren dikelompokkan dalam Tabel 1:²⁴

Tabel 1
Lima Pola Pesantren

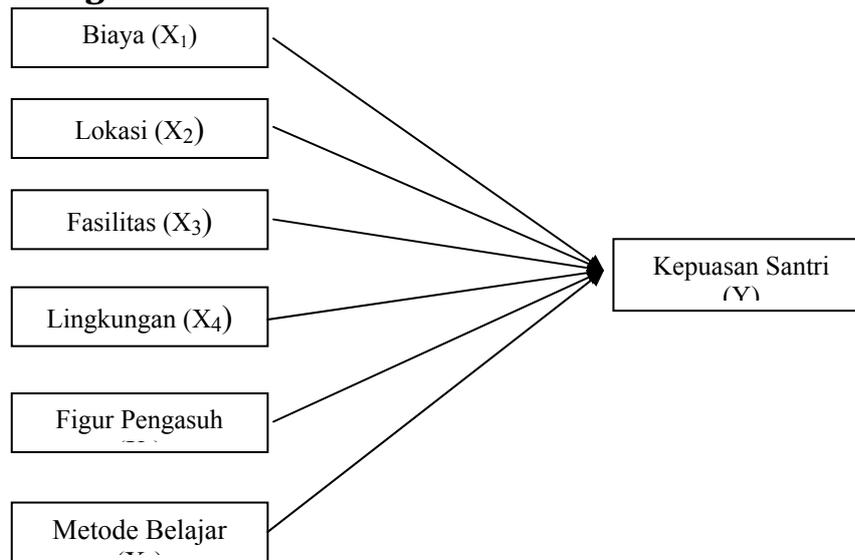
POLA	KETERANGAN
Pola I Masjid dan Rumah Pengasuh	Pesantren ini bersifat sederhana, di mana pengasuh masih menggunakan masjid dan rumahnya sebagai tempat untuk mengajar. Dalam pola ini santri hanya datang dari daerah sekitar pesantren, namun mereka telah mempelajari ilmu agama secara sistematis dan berkelanjutan, sedangkan metode pengajarannya ialah <i>sorogan</i> dan <i>weton</i>
Pola II Masjid, Rumah pengasuh dan pondok	Dalam pola ini pesantren telah memiliki pondok, atau asrama yang disediakan oleh pondok bagi para santri yang datang dari daerah lain, sedangkan metode pengajarannya ialah <i>sorogan</i> dan <i>weton</i>
Pola III Masjid, Rumah pengasuh, Pondok, Madrasah	Dalam pola ini telah memakai sistem klasikal, dimana santri yang mondok mendapat pendidikan di madrasah. Ada kalanya santri sendiri datang ke madrasah itu dari daerah pesantren itu sendiri. Di samping madrasah ada pengajian sistem <i>weton</i> yang dilakukan pengasuh sebagai pengajar madrasah, biasanya disebut sebagai guru agama saja
Pola IV Masjid, Rumah pengasuh, Pondok, Madrasah, Tempat ketrampilan	Pola ini, sebuah pesantren sudah memiliki tempat tempat untuk latihan keterampilan di samping pondok dan madrasah, misalnya: toko, koperasi, peternakan, sawah dan ladang serta tempat ketrampilan lainnya
Pola V Masjid, Rumah pengasuh, Pondok, Madrasah,	Dalam pola ini, pesantren sebagai lembaga pendidikan telah berkembang menjadi sebuah "pondok modern", di samping bangunan-bangunan sebagai yang telah disebutkan pada pola-pola di atas, memungkinkan bisa didapati pula bangunan-bangunan madrasah atau

²³ QS. Al Qashash (28): 77.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 50-51.

POLA	KETERANGAN
Tempat ketrampilan Universitas/PT Aula/Balai pertemuan	fasilitas sebagaimana berikut : a. Kantor administrasi b. Perpustakaan c. Toko koperasi d. Dapur umum e. Ruang makan f. Ruang/rumah penginapan tamu (misalnya untuk orang tua wali murid atau tamu umum), <i>operation room</i> , dan sebagainya. Di antara pesantren yang ada terdapat pula sekolah umum, misalnya SMP, SMA, STM dan sebagainya

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

1. Biaya

Harga atau biaya adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.²⁵ Apabila antara biaya dan jasa yang didapatkan tidak seimbang, maka santri akan pindah ke ponpes lain. Di Ponpes al-Luqmaniyyah, biaya yang dimaksud adalah biaya *syahriyah* yang termasuk di dalamnya biaya untuk nasi, bangunan, listrik, dana sosial, dan tabungan. Penelitian ini akan mengukur keseimbangan antara biaya yang

²⁵Philip Kotler dan Amstong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 288.

dikeluarkan dengan fasilitas yang didapatkan, biaya makan bulanan, dan fleksibilitas pembayaran. Semakin murah biaya yang ditetapkan manajemen ponpes, santri akan semakin puas. Dengan demikian, hipotesa yang diajukan adalah:

H₁ : Biaya berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

2. Lokasi

Lokasi merupakan posisi letak gedung yang digunakan untuk tempat tinggal santri maupun mengikuti proses belajar mengajar. Dalam penelitian ini lokasi diukur dengan indikator persepsi letak ponpes yang strategis, dekat dengan kampus tempat kuliah santri, dekat dengan fasilitas umum seperti ATM, lokasi ponpes berada di tengah-tengah masyarakat, dan dekat dengan transportasi umum. Semakin dekat jarak lokasi ponpes dengan kampus dan fasilitas umum, maka santri akan semakin merasa puas karena aksesnya mudah.

H₂ : Lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

3. Fasilitas

Fasilitas adalah saranapenunjang yang tersedia, baik di dalam maupun di luar ponpes. Misalnya: kamar tidur yang relatif besar, jumlah penghuni kamar rasional dengan ukuran kamar, jumlah kamar mandi sebanding dengan jumlah santri, tempat parkir kendaraan (motor/sepeda) santri cukup luas dan aman, tersedia tempat jemur pakaian, dan kelengkapan sarana belajar mengajar. Semakin lengkap fasilitas yang ditawarkan, maka santri akan merasa semakin puas.

H₃ : Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

4. Figur Pengasuh

Kepercayaan masyarakat terhadap pengasuh dan kemampuannya memecahkan berbagai problem sosio-psikis-kultural-politik-religius menyebabkan para pengasuh/ustadz menempati posisi kelompok elit dalam struktur sosial dan politik di lingkungan masyarakat. Pengasuh sangat dihormati oleh masyarakat melebihi penghormatan mereka terhadap pejabat setempat. Petuah-petuahnya memiliki daya pikat yang luar biasa, sehingga mudah dalam menggalang masa, baik secara kebetulan maupun terorganisasi. Ia memiliki pengikut dari

semua lapisan masyarakat mulai anak-anak sampai dengan usia lanjut.

Pengasuh adalah tokoh sentral dalam pesantren, maju mundurnya pesantren ditentukan oleh wibawa/kharisma pengasuh. Akibatnya bila sang pengasuh di salah satu pesantren wafat, maka pamor pesantren tersebut menjadi merosot, karena pengasuh yang menggantikannya tidak memiliki kharisma yang sama dengan pendahulunya. Atas dasar alasan tersebut, maka hipotesa yang diajukan adalah:

H₄: Figur Pengasuh berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

5. Lingkungan

Lingkungan yang dimaksud adalah situasi dan kondisi di sekitar (di dalam dan luar) ponpes. Lingkungan di dalam ponpes adalah keadaan atau suasana nyaman yang diperoleh santri. Misalnya: interaksi antar santri, kebersihan lingkungan di dalam pesantren, serta keamanan dan kenyamanannya. Sedangkan lingkungan di luar ponpes meliputi kondisi lingkungan masyarakat sekitar, yang diukur dari keamanan dan kenyamanan (jauh dari kebisingan). Lingkungan aman dan nyaman akan membuat santri semakin betah di ponpes.

H₅ : Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

6. Metode Belajar

Untuk merealisasikan pencapaian tujuan yaitu mengerti materi yang disampaikan oleh ustadz, perlu metode pengajaran yang tepat. Bila seorang pengasuh maupun ustadz mampu memilih metode mengajar secara tepat dan mampu menerapkannya dengan baik, maka mereka memiliki harapan besar terhadap hasil proses belajar mengajar. Pengasuh/ustadz tidak sekedar sanggup mengajar santri, melainkan secara profesional berpotensi memilih model pengajaran yang baik, diukur dari perspektif didaktik-methodik. Jika proses belajar-mengajar berlangsung secara efektif dan efisien maka tujuan akan tercapai, bahkan menjadi pusat perhatian pendidikan modern sekarang ini. Ketepatan pemilihan metode dalam proses belajar akan membuat santri senang belajar di ponpes, hasilnya santri menjadi sarjana yang berakhlak mulia, dan ilmu agama yang didapat mampu diaplikasikannya dengan baik.

H₆ : Metode belajar ustadz berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

Metode Penelitian

Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada santri putri Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta maupun wawancara dengan para pengurusnya. Penelitian ini menyebar 150 kuesioner, namun hanya 100 dapat dinyatakan valid.

Teknik Pengukuran Instrumen

Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan lima jawaban alternatif yaitu dari Sangat Setuju (5) sampai dengan Sangat Tidak Setuju (1).

Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Uji instrumen ini merupakan syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner yaitu kesahihan (validitas), dan keandalan (reliabilitas).²⁶

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi produk momen. Tingkat taraf signifikan (α) ditentukan = 5%. Jika nilai r_{hitung} lebih besar r_{tabel} 0,196 maka variabel tersebut valid, atau sebaliknya. Terdapat 3 pertanyaan yang tidak lolos uji validitas. Pertanyaan-pertanyaan yang tidak lolos uji validitas yaitu: Pertanyaan no 4 tentang variabel Biaya, pertanyaan no 4 tentang variabel Figur Pengasuh dan pertanyaan no 4 tentang variabel lingkungan. Karena tidak lolos uji validitas, maka ke tiga pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan (dibuang).

Kisi-kisi dan Hasil Penilaian Validitas Kuesioner

Berikut adalah kisi-kisi pertanyaan yang digunakan sebagai dasar pengukuran variabel pengaruh tingkat kepuasan santri, beserta hasil perhitungan uji validitasnya.

Tabel 2

Kisi-Kisi dan Hasil Pengukuran Variabel Kepuasan Santri

Variabel	Indikator	r_{hit}	Ket
Biaya	Biaya bulanan murah	0,407	Valid

²⁶Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Parametrik*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hlm. 270.

	Kondisi kamar yang sesuai dengan biaya	0,479	Valid
	Menu makanan yang disajikan	0,365	Valid
	Fleksibilitas pembayaran	0,050	Tidak
	Fasilitas keseluruhan murah	0,239	Valid
Lokasi	Dekat dengan kampus	0,250	Valid
	Dekat dengan fasilitas umum	0,369	Valid
	Berbaur dengan masyarakat	0,315	Valid
	Dekat dengan sarana belajar (foto kopi, warnet)	0,369	Valid
	Mudah dicapai kendaraan umum	0,349	Valid
Fasilitas	Ukuran kamar	0,248	Valid
	Jumlah kamar mandi	0,421	Valid
	Tempat parkir	0,285	Valid
	Tempat jemur pakaian	0,400	Valid
	Kelengkapan sarana belajar-mengajar	0,428	Valid
Figur Pengasuh	Kharisma pengasuh dengan kepatuhan santri	0,323	Valid
	Kesibukan pengasuh di luar pesantren	0,456	Valid
	Kredibilitas pengasuh di mata santri	0,282	Valid
	Kebebasan waktu kepada santri dalam hal kampus	-	Tidak
	Komunikasi pengasuh-santri	0,040	Valid
		0,346	
Lingkungan	Kebersihan lingkungan	0,380	Valid
	Sikap pengertian teman sekamar	0,528	Valid
	Suasana yang kondusif	0,469	Valid
	Keamanan	0,073	Tidak
	Keramahan pemukim	0,209	Valid
Metode Belajar	Kejelasan dalam penyampaian materi	0,361	Valid
	Metode belajar yang tidak membosankan	0,406	Valid
	Meningkatkan minat belajar	0,214	Valid
	Meningkatkan disiplin	0,369	Valid
	Kedisiplinan waktu belajar	0,408	Valid
Kepuasan Santri	Seimbang antara kegiatan pesantren dan kampus	0,378	Valid
	Peraturan membuat lebih disiplin	0,433	Valid
	Keramahan lingkungan pondok	0,346	Valid
	Beruntung karena menjadi lebih baik	0,337	Valid
	Bangga menjadi santri	0,391	Valid

Sumber: data primer diolah

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan menggunakan uji statistik dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai t_{tabel} . Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 3

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Biaya	0,615	Reliabel
2	Lokasi	0,723	Reliabel
3	Fasilitas	0,728	Reliabel
4	Figur Pengasuh	0,610	Reliabel
5	Lingkungan	0,657	Reliabel
6	Metode Belajar	0,636	Reliabel
7	Kepuasan Santri	0,632	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3. menunjukkan bahwa keseluruhan variabel memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen pernyataan variabel biaya, lokasi, fasilitas, figur pengasuh, lingkungan, dan metode belajar terhadap kepuasan santri dapat dikatakan handal atau reliabel.

Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Gambaran umum obyek penelitian (santri) dapat diuraikan sebagai berikut: Mayoritas santri Ponpes al-Luqmaniyah berasal dari daerah Jawa Tengah. Sebagian besar sedang menempuh pendidikan di UIN Suka. Rata-rata santri tinggal di ponpes sudah lebih dari 2 tahun menunjukkan bahwa santri sudah merasa puas berada di ponpes ini. Meskipun pilihan Ponpes atas saran dari keluarga dan belum pernah tinggal di ponpes lain. Pendidikan orang tua santri, mayoritas berpendidikan rendah, pekerjaan ayah sebagai petani dan ibu sebagai ibu rumah tangga. Orang tua santri sebagian besar pada posisikelas sosial menengah bawah.

2. Analisis Kuantitatif

Hasil persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,365 + 0,159 X_1 + 0,008 X_2 + 0,119 X_3 + 0,196 X_4 + 0,183 X_5 + 0,25 X_6$$

Keterangan :

Y = Kepuasan santri tinggal di ponpes

α = Konstanta

b_{1-6} = Koefisien regresi

X_1 = Variabelpersepsi responden terhadap *biaya*

- X_2 = Variabel persepsi responden terhadap *lokasi*
 X_3 = Variabel persepsi responden terhadap *fasilitas*
 X_4 = Variabel persepsi responden terhadap *figur pengasuh*
 X_5 = Variable persepsi responden terhadap *lingkungan*
 X_6 = Variabel persepsi responden terhadap *metode belajar*

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Tujuan dari studi ini bukan untuk memprediksi nilai dependen variabel (kepuasan santri), akan tetapi studi ini bertujuan untuk mengetahui peran variabel independen terhadap variabel dependen. Gujarati menyatakan bahwa asumsi normalitas u_i tidak esensial jika tujuan penelitian hanya untuk mengetahui peran variabel independen. Estimator OLS adalah BLUE terlepas apakah u_i terdistribusi normal atau tidak. "*This assumption is not essential if our objective is estimation only. ...the OLS estimators are BLUE regardless of whether the u_i are normally distributed or not*".²⁷Oleh karena itu uji normalitas tidak dilakukan di studi ini.

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance* hasil uji Multikolinieritas dapat dinyatakan tidak terjadi multikol. Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Biaya	0,671	1,490	Tidak <i>Multikolinieritas</i>
Lokasi	0,784	1,276	Tidak <i>Multikolinieritas</i>
Fasilitas	0,780	1,282	Tidak <i>Multikolinieritas</i>
Figur Pengasuh	0,698	1,432	Tidak <i>Multikolinieritas</i>
Lingkungan	0,700	1,429	Tidak <i>Multikolinieritas</i>
Metode Belajar	0,713	1,403	Tidak <i>Multikolinieritas</i>

Sumber: Data primer diolah

²⁷Damodar N. Gujarati, *Basic of Econometric*, (New York: McGraw-Hill Companies, 2004), hlm. 338.

Uji F (Uji Ketepatan Model)

Pada dasarnya, uji statistik F digunakan untuk menunjukkan ketepatan penggunaan model regresi. Besarnya nilai F hitung pada uji ANOVA adalah 8,796 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Kesimpulan model bisa digunakan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menyatakan besarnya keandalan model yang digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas (X) memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel terikat (Y) dari persamaan regresi yang diperoleh. Agar tidak bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka digunakan nilai *Adjusted R²*.²⁸

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,321 menunjukkan variabel independen mampu memberikan kontribusi terhadap dependen variabel sebanyak 32,1%. Hasil ini cukup bagus, karena hanya dengan melibatkan enam variabel independen, sementara variabel kepuasan cukup banyak.

Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.²⁹ Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5 %) dengan ketentuan: Jika nilai Sig < α maka H_0 ditolak, dan jika nilai Sig > α maka H_0 tidak ditolak.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Berganda

Var. bebas	Koefisien	T – hitung	Sig	Ho	Hasil Sig.
(Constant)	1,365	3,427	0,001	Ditolak	Signifikan
Biaya	0,159	1,792	0,076	Tdk ditolak	Tidak Sig
Lokasi	0,008	0,135	0,893	Tidak ditolak	Tidak Sig.
Fasilitas	0,119	1,937	0,056	Tidak ditolak	Tidak Sig.
Figur Pengasuh	0,196	2,078	0,040	Ditolak	Signifikan
Lingkungan	0,183	2,616	0,010	Ditolak	Signifikan

²⁸ *Ibid.*, hlm. 87.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 89.

Metode Belajar	0,025	0,316	0,752	Tidak ditolak	Tidak Sig.
----------------	-------	-------	-------	---------------	------------

Sumber: Data primer diolah

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1). Hasil konstanta signifikan, kondisi ini menunjukkan adanya *missing variable* yang artinya terdapat variabel penting yang tidak masuk ke dalam model. Misalnya: variabel privasi, reputasi, dan kurikulum pembelajaran. Untuk peneliti selanjutnya perlu penambahan variabel.

2). Pengaruh Persepsi Biaya Terhadap Kepuasan Santri Tinggal

Hasil pengujian hipotesis yang pertama menyatakan bahwa persepsi santri terhadap biaya berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan santri, tidak terbukti. Hal ini berarti bahwa kepuasan santri tinggal di Ponpes tidak dipengaruhi oleh biaya. Artinya biaya bukan merupakan hal yang bermakna bagi santri. Karena biaya syahriyyah di Ponpes cukup murah, pembayaran hanya untuk keperluan santri (Rp. 200.000/bulan). Biaya tersebut sebanding dengan fasilitas yang diterima santri selama tinggal di ponpes, bahkan untuk masalah kafalah *asatidz* maupun pengasuh tidak dibebankan kepada santri secara langsung. Islam sangat menjunjung tinggi nilai keadilan, termasuk dalam hal muamalah. Pihak ponpes sudah menyeimbangkan antara pengorbanan biaya yang dibayarkan santri dengan segala fasilitas dan layanan yang diberikan, bahkan tidak membebani biaya ustadz (dibiayai dari donatur) karena bertujuan dakwah. Penentuan biaya yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar bagi manajemen pondok. Bahkan pihak manajemen pesantren sudah menerapkan asas *ridha*.

3). Pengaruh Persepsi Lokasi Terhadap Kepuasan Santri Tinggal

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menyatakan bahwa persepsi santri terhadap lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan santri, tidak terbukti. Hal ini berarti bahwa kepuasan santri tinggal di Ponpes tidak dipengaruhi oleh lokasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 70% santri menempuh pendidikan formalnya di UIN Sunan Kalijaga yang jarak kampusnya hanya sekitar 3 km dari ponpes. Sedangkan kampus lainnya juga relatif dekat (sekitar 500 meter-1 km dari

ponpes).Demikian juga halnya dengan fasilitas umum dan sarana penunjang belajar juga bukan merupakan prioritas utama tinggal di pesantren, karena para santri sudah terbiasa dilatih untuk hidup prihatin, penuh kesederhanaan, serta tidak memanjakan diri dengan gaya hidup serba mudah. Pedoman yang digunakan adalah meraih kesuksesan membutuhkan perjuangan. Dengan demikian, wajar jika lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan santri. Sehingga kedekatan jarak antara kampus dengan ponpes, hanya kebetulan saja, bukan dicari oleh santri, meskipun dengan jarak dekat tersebut santri diuntungkan.

4). Pengaruh Persepsi Fasilitas Terhadap Kepuasan Santri Tinggal di Ponpes.

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menyatakan bahwa persepsi santri terhadap fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan santri, tidak terbukti. Hal ini berarti bahwa kepuasan santri tinggal tidak dipengaruhi oleh fasilitas. Kondisi ini wajar mengingat fasilitasnya relatif minimal (setiap kamar dihuni oleh 13 santri dengan ukuran 4x4 meter). Selain sebagai tempat untuk tidur, kamar ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang-barang pribadi, seperti: almari pakaian, buku-buku, dan kebutuhan harian lain. Jika kapasitas kamar tersebut diisi 6-7 orang, maka privasi dan kenyamanan santri lebih baik, sehingga fasilitas dimungkinkan signifikan. Fasilitas lain (jumlah kamar mandi hanya 8, jumlah santri sebanyak 150 orang). Ini berarti rata-rata pengguna setiap kamar mandi untuk 18-19 orang. Dengan melihat kesibukan santri selain belajar di ponpes, mereka juga sebagai mahasiswa yang aktivitasnya cukup banyak, maka antri kamar mandi akan menghambat kegiatan santri. Dengan penambahan jumlah kamar mandi akan mempercepat kegiatan santri. Misalnya, penambahan 2 kamar mandi saja, akan sangat berarti bagi santri, karena 1 kamar mandi untuk 15 orang. Tempat parkir dan jemur pakaian juga kurang memadai, demikian juga halnya dengan kelengkapan sarana proses belajar masih sederhana. Adanya ruang tamu, kiranya perlu dipikirkan oleh pengelola, agar keamanan di dalam ponpes lebih terjaga.

Melihat kenyataan bahwa fasilitasnya masih minim, sangat wajar jika para santri mengabaikannya, karena biaya sewa juga sangat murah. Pada dasarnya para santri sudah terbiasa dilatih

untuk hidup prihatin dan penuh kesederhanaan. Namun, dengan penambahan fasilitas akan meningkatkan kenyamanan dan privasi santri, sehingga santri menjadi lebih puas, meskipun konsekuensinya harus ada penambahan biaya. Dengan penambahan fasilitas dan peningkatan biaya sebagai konsekuensinya, variabel fasilitas dimungkinkan menjadi signifikan terhadap kepuasan santri tinggal.

5). Pengaruh Persepsi Figur Pengasuh Terhadap Kepuasan Santri Tinggal

Sosok figur pengasuh di ponpes merupakan figur pengganti orang tua di rumah yang berada jauh di kampung halaman. Pengasuh yang berkharisma dan memiliki kredibilitas tinggi di mata santri, akan menambah kepatuhan para santri. Dengan demikian, santri lebih disiplin dalam mengikuti peraturan ponpes. Tentunya komunikasi yang lancar antara pengasuh dan santri sangat diperlukan, agar rasa kekeluargaan bisa lebih dirasakan oleh para santri.

6). Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Kepuasan Santri Tinggal

Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan santri. Lingkungan nyaman merupakan kebutuhan jasmani dan rohani setiap orang. Lingkungan bersih membuat hidup menjadi sehat, dan terbentuk jiwa yang sehat pula. Pada umumnya, lingkungan di dalam rumah yang banyak penghuninyadan berasal dari berbagai daerah, sangat sulit untuk menjaga kebersihan. Namun, di Ponpes ini walaupun santrinya cukup banyak, kebersihan selalu dijaga. Kontrol kebersihan lingkungan di Ponpes dilakukan dengan pembagian jadwal piket harian santri, yang bertanggung jawab pada setiap kamar. Selain itu, kerja bakti rutin juga dilaksanakan setiap Minggu pagi.

Keberadaan teman sekamar juga menjadi hal penting bagi santri mukim. Karena teman sekamar ibarat sebuah keluarga, yang setiap hari akan ditemui dan diajak berkomunikasi. Teman kamar yang ramah dan perhatian akan membuat suasana di dalam kamar harmonis.

7). Pengaruh Persepsi Metode Belajar Terhadap Kepuasan Santri Tinggal

Metode belajar yang diberikan oleh ustadz tidak signifikan. Setiap orang pasti memiliki gaya belajar masing-masing. Demikian juga halnya dengan metode belajar di kelas belum

tentu sesuai dengan pribadi masing-masing santri. Ternyata metode belajar yang dilakukan ustadz tidak ada pengaruhnya bagi santri. Kepatuhan terhadap ustadz (etika di ponpes) membuat santri bisa menerima kelebihan dan kekurangan para ustadz. Jika kurang paham mereka berusaha mencari tahu dari teman santri lainnya.

Kesimpulan

1. Persepsi santri terhadap biaya, lokasi, fasilitas, dan metode belajar tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan santri tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta.
2. Persepsi santri terhadap figur pengasuh dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan santri tinggal di Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta. Kondisi ini menunjukkan bahwa kharisma atau kewibawaan figur pengasuh bermakna bagi para santri ataupun calon santri. Demikian juga halnya dengan kondisi lingkungan, karena kehidupan di dalam ponpes merupakan satu keluarga besar sebagai pengganti keluarga masing-masing santri, sehingga kenyamanan di dalam ponpes sangat bermakna. Kebersihan lingkungan yang terjaga sangat mendukung kondisi ponpes yang sederhana serta banyak penghuninya, menjadi nyaman.

Saran

1. Bagi pihak Ponpes al-Luqmaniyyah Yogyakarta, untuk kenyamanan dan privasi para santri disarankan untuk mengurangi jumlah santri dalam satu kamar, menambah jumlah kamar mandi, dan kelengkapan sarana belajar mengajar, serta membuat ruang tamu agar privasi keamanan di dalam ponpes lebih terjaga. Konsekuensi dari saran tersebut adalah ketersediannya dana. Dana berasal dari donatur serta kenaikan tarif yang wajar, yang tidak membebani para santri. Jika santri merasa puas, maka *word of mouth* positif akan mampu mendatangkan santri baru untuk kelangsungan ponpes.
2. Variabel-variabel pengaruh kepuasan santri tinggal di ponpes, sebenarnya masih bisa dikembangkan, misalnya variabel privasi santri, reputasi, dan kurikulum pembelajaran.

Daftar Pustaka

- “Analisis dan Interpretasi Data pada Pondok Pesantren, Madrasah Diniyah (Madin), dan Taman Pendidikan Qur'an (TPQ) Tahun Pelajaran 2011-2012”, http://pendis.kemenag.go.id/file/dokumen/pontren_analisis.pdf. Akses tanggal 7 Februari 2014.
- “Daftar Alamat Pondok Pesantren Tahun 2008/2009”, <http://pendis.kemenag.go.id/file/dokumen/pontren-34.pdf>. Akses tanggal 21 Februari 2014.
- “Daftar UMR, UMP dan UMK Tahun 2013” <http://fspmiptbi.org/daftar-umr-ump-umk-tahun-2013>. Akses tanggal 21 Februari 2014.
- Alma, Buchari, “Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus pada Mutu,” dalam Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Alma, Buchari, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Ascarya, *Akad dan Produk Syari'ah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Bariroh, Nuril, “Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Mahasiswa Menetap di Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang”. *Skripsi*. Malang: 2011.
- Depag RI Dirjen Kelembagaan Agama Islam, *Pondok Pesantren dan Madrasah Diniyah Pertumbuhan dan Perkembangannya*, Jakarta: 2003.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Diponegoro, 2006.
- Dhofier, Zamkhsyari, *Tradisi Pesantren*, Jakarta: LP3ES, 1982.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. edisi ke-5. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011.

- Gujarati, N. Damodar, *Basic of Econometric*, New York: McGraw-Hill Companies, 2004.
- Hadi, Syamsul dan Widyarini, *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2009.
- HR. Muslim. *Shahih Muslim*, TTP: Bait al-Afkar ad-Dauliyah, 1998.
- <http://pplq.wordpress.com/> "Website resmi Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah Yogyakarta". Akses tanggal 23 Februari 2014.
- Ibn Abd al-Bir, *Kanzul Ummal* juz 11. Beirut: Muassasah Ar-Risalah, 1985. Hadis No 31.969.
- Karya, Soekarna, dkk., *Ensiklopedi Sejarah dan Kebudayaan Islam*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1996.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Terjemahan), *Jilid 1*. Erlangga: Jakarta, 2009.
- Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*, Jakarta: INIS, 1994.
- Nazir, Habibdan Muh. Hasan, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Bandung: Kaki Langit, 2004.
- Qomar, Mujamil, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Saridjo, Marwan dkk., *Sejarah Pondok Pesantren di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Dharma Bakti, 1982.
- Sujarwo dan Afsah Novita Sari, "Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Daarul Ulum dengan Metode Servperf dalam Persiapan Menghadapi Persaingan Regional". *Skripsi*. Jombang: UNIPDU.
- Swastha, Basudan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Usuluddin, Win, *Sintesis Pendidikan Islam Asia-Afrika*, Yogyakarta: Paradigma, 2002.
- Widyarini, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum Press UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Widyarini, *Penyusunan Kuesioner untuk Riset Pemasaran*, Yogyakarta: PT Ekonisia, 2013.

Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Yazid, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.