



**MEKANISME *PRICING AND PRODUCT DISPLAY* TOKO KLONTONG
PESANTREN SALAF : STUDI KASUS PONDOK PESANTREN PANYEPPEN**

PAMEKASAN MADURA

Kamali, Mansur, Fitria Nur Masithoh, Sukamto, Aang Kunaifi
STAI Miftahul Ulum Pamekasan
kamaliahmad999@gmail.com, elcmansur@gmail.com, fitrianm14@gmail.com,
sukamto.suminah75@gmail.com, akunaifi@gmail.com

Abstract

The pricing and display of products at the grocery store at the Panyeppen Pamekasan Islamic Boarding School are separate uniqueness. This descriptive study found new things that were happening in the salaf pesantren. Pricing is based on mutual benefits between buyers and sellers on the principle of deliberation between managers and the trade principle "the important thing is not to lose". Product displays prioritize closeness and interaction with potential buyers. Provide trust and comfort but maintain the tidiness and cleanliness of the product.

Keyword : *pricing and product display, grocery store, salaf pesantren*

Abstrak

Penetapan harga dan pemajangan produk pada toko klontong di Pondok Pesantren Panyeppen Pamekasan merupakan keunikan tersendiri. Penelitian kualitatif-deskriptif ini menemukan hal baru yang terjadi di pesantren *salaf*. Penetapan harga didasarkan pada keuntungan bersama antara pembeli dan penjual dengan asas musyawarah antar pengelola dan prinsip dagang 'yang penting tidak rugi' walaupun labanya sangat sedikit. Pemajangan produk lebih mengutamakan kedekatan dan interaksi dengan calon pembeli. Memberikan rasa nyaman dan aman dalam memilih barang dengan menyentuh langsung bahkan dapat mencobanya untuk barang tertentu.

Kata kunci : *pricing and product display, toko klontong, pesantren salaf*

Pendahuluan

Dalam berbisnis, orang Madura¹ terkenal dengan keuletan dan kerja kerasnya. Karakter *junel* (keberwirausahaan)² semakin nampak jika mereka merantau ke negeri orang. Tidak jarang, orang Madura di rantau disebut sebagai ‘cina’nya Indonesia.³ Dan hampir di setiap negeri di dunia tinggal keturunan Madura, atau paling tidak pernah disinggahinya.⁴ Hal ini menunjukkan sikap keberaniannya dalam menghadapi situasi baru dan sikap kemandirian (*junel*) dalam membangun komunitas.⁵

Dalam membangun komunitas baru, awalnya dikenal dengan *kampong mejhi*⁶ bagi orang Madura kebanyakan (awam). Sedangkan berdirinya sebuah pesantren karena latar belakang kedalaman ilmu keagamaan yang dimiliki pendirinya. Hampir semua pesantren di Madura memiliki kekerabatan keluarga dan sanad keilmuan yang sama.⁷

Jumlah pesantren di Madura termasuk yang terbanyak jumlahnya, termasuk di Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. Pesantren ini tersebar dengan pola tradisional atau disebut pesantren *salaf* yang menggunakan sistem pengajaran dengan cara *sorogan*.

Pondok Pesantren Panyeppeen termasuk pesantren *salaf* yang berdiri sejak tahun 1827 Masehi oleh KH. Nashruddin bin Itsbat. Dengan karakter kewirausahaannya pesantren Panyeppeen berkembang pesat dengan beberapa cabangnya dengan cirikhas nama yang sama yaitu “Miftahul Ulum”. Pesantren salaf ini sekarang diasuh oleh KH. Muddatstsir Badruddin

¹ Kata *madura* dalam bahasa Sansekerta bermakna permai, molek, indah, manis, jelita, ramah, lemah lembut. Ada yang berpendapat bahwa penamaan pulau ini diambilkan dari sebuah daerah berwanda serupa di India Selatan yang beriklim kering. Hal ini bukanlah sebuah keanehan, karena beberapa daerah di Indonesia juga diambil dari India yang sama secara geografi, seperti Malabar, Narmada, Serayu, Taruma dan Sunda. Tapi sebagian masyarakat awam banyak berspekulasi asal-usul nama Madura. Diantaranya, *madduna saghara* (madu segara), *maddu e ra-ara* (madu di tanah lapang), *madduna dara* (madu darah), *paddhu ara* (dari bahasa Jawa Kawi, yang berarti pojok tanah berair) dan *lemah dura* (Jawa Kawi; tanah di kejauhan). Selengkapnya lihat, Mien Ahmad Rifai, *Manusia Madura : Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan Dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya*, 1st ed. (Yogyakarta: Pilar Media, 2007).29-30

² Rifai.226-228

³ <https://tatkala.co/2019/02/24/madura-itu-china-nya-orang-indonesia/#:~:text=Orang%20yang%20berkulit%20putih%20dan,saking%20majunya%20peradaban%20negeri%20tersebut.>

⁴ E Farid - Watung Budiman, Bandung: Mizan, and undefined 2000, “Membebaskan Yang Tertindas, Al-Qur’an Liberalisme Pluralisme, Terj,” n.d. 30

⁵ Mansur Mansur, “LOKALITAS ISLAM PESISIR (Studi Kasus Aktifitas Perembus Dalam Perspektif ‘Urf ‘Izzuddin Bin ‘Abd Al-Salam Di Desa Kaduara Barat Pamekasan Madura),” *Ulumuna* 6, no. 1 (2019).

⁶ Rifai, *Manusia Madura : Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan Dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya*. (Yogyakarta : Pilar Media, 2007)103

⁷ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, Keenam (Jakarta: LP3S, 1994).

sejak 1971 sampai sekarang.⁸ Pesantren Panyeppeen ini juga terbuka terhadap penyelenggaraan pendidikan formal, mulai dari yang Madrasah Diniyah Ula, Wustho dan Ulya, atau pendidikan umum seperti SMP, MTs, MA, SMA, SMK hingga perguruan tinggi.⁹ Dalam semua jenjang pendidikan yang ada, kegiatan belajar pesantren ini memegang teguh prinsip pesantren *salaf* dengan memisah antara santri putra dan putri, siswa dan siswi, mahasiswa dan mahasiswi. Dengan demikian pesantren panyeppeen yang *salaf* ini memberikan ruang publik yang sama terhadap potensi santri putri.¹⁰

Dengan terbagi duanya aktifitas pesantren, maka kebutuhan lembaga dan keseharian santri harus terpenuhi di dalam kompleks Pesantren Panyeppeen. Peluang ekonomi ini dimanfaatkan dengan baik dan lahir lah toko klontong, kantin, koperasi, toko kitab, fotokopi dan sebagainya.¹¹

Toko Klontong ini termasuk usaha pesantren yang paling banyak menyediakan kebutuhan santri dan aktifitas lembaga, seperti berbagai macam alat tulis kantor, pakaian, parfum, sandal, berbagai minuman, snack dan panganan pabrikan lainnya. Barang-barang yang disediakan di toko klontong mengikuti kebutuhan dan tren pasar, sehingga perputaran uang sangat dinamis dan relatif cepat. Hukum *supply-demand*¹² sangat tinggi terjadi di Pesantren *salaf* ini. Dengan demikian penetapan harga per item barang sangat berpengaruh terhadap pendapatan Toko Klontong. Dalam penetapan harga, pihak pengelola bisa saja mengikuti harga pasar. Tetapi kalau melihat dari potensi *demand* yang tinggi, pengelola Toko Klontong sah-sah saja menaikkan harga di atas rata-rata pasar, karena pembeli yang mayoritas santri dan tidak leluasa memilih ke toko lain di dalam kompleks pesantren. Sementara itu, dalam transaksi jual-beli di Toko Klontong tidak menggunakan sistem tawar-menawar harga. Harga yang tercantum dalam label adalah harga *fix*. Segmen ini akan terbantuan juga dengan adagium pesantren “membeli berarti beramal”. Lumrah saja bagi orang tua santri untuk tidak

⁸ Tim Annajah, *Jejak Langkah & Kiprah Para Masyayikh* (Pamekasan: Al-Miftah press, 2013).107

⁹ *Pengamatan*, 05 April 2020

¹⁰ Mansur Mansur, “Perempuan Dalam Ruang Publik Islam (Studi Metode Istinbat Hukum Dalam Buku Ahkamul Fuqaha),” *Economic: Journal of Economic and Islamic Law* 9, no. 2 (2019).

¹¹ Khotibul Mahbub, *Wawancara*, 12 Maret 2020

¹² Aulia Tasman and M Hafidz Aima, *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2013).4

mempertanyakan dan bertele-tele soal harga yang tinggi, misalnya. Jawabannya pasti, “demi Pesantren tercinta”. Padahal hal ini tidak terjadi di Toko Klontong.¹³

Hal lain yang mempengaruhi pendapatan Toko Klontong ini dengan *supply-demand* sangat tinggi adalah pemajangan produk. *Display* produk diposisikan sedemikian rupa untuk menarik minat pembeli dan memudahkan jangkauan. Di samping mudah dijangkau pembeli, barang jualan tetap dalam posisi aman. Sementara kunjungan santri (pembeli) pada jam buka toko kadang datang dengan berjubel mirip yang biasa terlihat di pasar tradisional.¹⁴ Dengan jumlah karyawan yang terbatas tentu akan sedikit merepotkan. Maka untuk alasan keamanan produk, pemajangan di toko kompleks pesantren ini lebih tepat jika menggunakan *etalase* agar menarik dipandang sekaligus sebagai pembatas antara karyawan dengan pembeli. Dengan cara demikian karyawan bisa mengendalikan kunjungan pembeli walaupun dalam jumlah banyak. Menariknya, pemajangan produk di Toko Klontong ini hal tersebut tidak diterapkan sedemikian ketatnya. Pemajangan barang malah banyak yang bisa dijangkau langsung tangan pembeli termasuk barang-barang kecil yang mudah dimasukkan saku. Manajemen di Toko Klontong ini justru memberikan keleluasaan pembeli mengambil sendiri barang yang disukainya.¹⁵

Dengan demikian ada dua hal ini menarik untuk ditemukan jawabannya, yaitu (1) bagaimana strategi penetapan harga pada Toko Klontong Pondok Pesantren Panyeppeen. Hal ini penting diungkap agar diketahui tingkat manajerial usaha. Toko Klontong ini murni dikelola santri aktif yang belum pernah berpengalaman di luar pondok pesantren, bisa saja pengelolaannya disebut *asal-asalan* dan tidak profesional. Sedangkan berikutnya, yaitu (2) bagaimana mekanisme pemajangan produk Toko Klontong Pondok Pesantren Panyeppeen. Sepintas, pemajangan produk di Toko Klontong tidak begitu rapi dan tidak begitu menarik layaknya minimarket. Dan hal ini tidak mempengaruhi surutnya jumlah pengunjung.

Penelitian ini sangat tepat dengan menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif,¹⁶ sehingga dapat mengungkap fenomena secara naratif. Data primer akan diperoleh dari pihak Manager/pengelola dan Karyawan Toko Klontong. Sedangkan data sekunder dari Pengurus

¹³ *Pengamatan*, 05 April 2020

¹⁴ AH Rusniati - Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga and undefined 2014, “Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi,” n.d.

¹⁵ *Pengamatan*, 05 April 2020

¹⁶ Moh Nazir, *Metode Penelitian, Ghalia Indonesia : Bogor* (bogor, 2017).43

Pesantren Panyeppeen, pembeli, pengunjung/santri aktif, termasuk artikel, buku-buku dan dokumen yang berkaitan dengan mekanisme penetapan harga dan pemajangan produk. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam,¹⁷ observasi¹⁸ dan dokumentasi.¹⁹

Diskusi

a. Profil Pondok Pesantren Panyeppeen

Adalah RKH. Nashrudin bin Itsbat yang mendirikan pertama kali Pesantren Panyeppeen pada tahun 1827 Maschi, sekaligus menjadi pengasuh selama 82 tahun (1827-1909). Beliau wafat dalam usia 123 Tahun.²⁰ Lokasi Pesantren Panyeppeen terletak di sebelah Barat Laut dari Kota Pamekasan tepatnya pada Kilometer 11 di Desa Poto'an Laok Kecamatan Palengaan. Kampung Panyeppeen merupakan tempat terpilih bagi pendirinya, yaitu perjalanan sekitar 3 kilometer ke arah Barat Daya dari kediaman beliau semula di Banyuanyar. Pesantren Panyeppeen mudah diakses karena dilewati jalan raya kabupaten dengan cirikhas waduk seluas 4 hektar menambah sejuk pemandangan alam setiap khalayak yang melewati di depannya.

Nama formal Pesantren Panyeppeen adalah Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyeppeen. Nama "miftahul ulum" kemudian dipakai oleh generasi berikutnya ketika membuka cabang dari induk sebagai bentuk pengakuan dan *ta'dhim*. Hal ini dijadikan tauladan oleh Pengasuh Kedua, yaitu RKH. Moh. Shirojuddin bin Nashruddin selama 3 tahun di Pesantren Panyeppeen, kemudian *hijrah* dan membuka pesantren cabang di Desa Betet Kecamatan Pamekasan dengan nama lengkap Pondok Pesantren Miftahul Ulum Bettet. Dengan demikian, pengasuhan pesantren Panyeppeen dipasrahkan kepada putra RKH. Nashruddin yang lain, yaitu RKH. Moh. Badruddin bin Nashruddin sebagai Pengasuh Ketiga selama 51 tahun, mulai Tahun 1912 hingga Tahun 1963. Sejak kepemimpinan Beliau mulai dirintis pendidikan formal madrasah ibtida'iyah.²¹

Sepeninggal RKH. Moh. Badruddin bin Nashruddin sebagai Pengasuh Ketiga kemudian digantikan oleh menantu Beliau yaitu RKH. As'ary Bashiruddin sekaligus menunggu

¹⁷ James P Spradley, *Metode Etnografi* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007). 76-79

¹⁸ Prof Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Bandung: Alfabeta, CV*, 2017.377-380

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Rineka cipta, 2019).201-206

²⁰ Tim Annajah, *Jejak Langkah & Kiprah Para Masyayikh*.107

²¹ Tim Annajah.108

kepulangan Putra Bungsu RKH. Moh. Badruddin bin Nashruddin yang saat itu masih mondok di Makkah, yaitu RKH. Muddatstsir bin Badruddin. RKH. As'ary Bashiruddin mengendalikan kepengasuhan mulai tahun 1957 sampai tahun 1971 terhitung sekitar 14 tahun.²² Sekitar tahun 1971 RKH. Muddatstsir bin Badruddin pulang dari Makkah dan langsung menerima estafet kepemimpinan di Pesantren Panyeppen sebagai Pengasuh Kelima, mulai tahun 1971 hingga sekarang. Di bawah asuhan Pengasuh Kelima ini mulai dirintis sekolah pendidikan umum, yaitu SMP swasta pertama di Madura yang berkedudukan di Pesantren *salaf* dan berafiliasi ke Yayasan Taman Siswa Yogyakarta pada tahun 1974. Banyak rumor jelek yang beredar tentang berdirinya sekolah umum yang dianggap tidak lumrah pada zamannya. Namun yang terjadi sekarang, hampir semua pondok pesantren telah memiliki sekolah umum SMP. Visioner kepemimpinan Kyai Muddatstsir mulai nampak dan diakui banyak orang. Terbukti pada tahun-tahun berikutnya pesantren *salaf* ini memiliki pengembangan ekonomi yang pesat dengan berdirinya lembaga keuangan berbasis syariah, yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Mawaddah yang telah memiliki 17 cabang.²³

b. Profil Toko Klontong

Toko Klontong merupakan sebutan familiar di kalangan santri Panyeppen. Lebih tepatnya toko ini sejak awal dinamakan Kopontren Panyeppen oleh RKH. Muddatstsir sebagai pengagasnya. Toko Klontong ini diperkirakan didirikan pada tahun 1986²⁴ dan menjual hampir semua kebutuhan santri dan lembaga formal, kecuali nasi disediakan di Kantin Pesantren.

Dalam perkembangannya, toko dianggap lebih modern dari warung dan kedai walaupun jenis barang yang dijualnya sama. Toko dikenal sebagai tempat tertutup yang di dalamnya terjadi transaksi perdagangan dengan menyediakan barang atau benda tertentu. Warung dan

²² Tim Annajah.109

²³ H. Muhammad, *Wawancara*, 14 Maret 2020

²⁴ Belum ada sumber yang valid tentang kapan tepatnya berdirinya toko klontong ini, hanya perkiraan. Ust. Abdurrahman, *Wawancara*, 18 Maret 2019

kedai kemudian lebih dikenal sebagai penyedia makanan dan minuman, sedangkan toko menyediakan barang yang lebih modern.²⁵

Toko Klontong ini awalnya dibangun dengan sederhana berupa bangunan kayu yang menyediakan alat-alat sekolah, alat tulis kantor, makanan ringan, peralatan mandi dan lain-lain. Letak bangunan lama berada di sisi utara bangunan baru yang sekarang, yaitu di tempat pengiriman santri putra menghadap ke barat.²⁶

Toko Klontong saat ini memiliki gedung permanen dengan konstruksi beton, terbagi dalam 3 bagian dengan 8 orang karyawan, yaitu Andi, Dahruji, Hasbullah, Imaduddin, Taufik, Rizal, Syakur dan Ust. Zaini Ali sebagai Managernya. Bagian utama yang menempati 2 lokal bangunan menyediakan makanan ringan, snack, minuman, alat tulis kantor, buku tulis dan peralatan mandi. Sedangkan bagian kedua menempati 1 lokal bangunan menyediakan pakaian, songkok, peralatan ibadah, parfum dan seragam sekolah. Sedangkan sisa lokal berikutnya berupa ruang administrasi dan gudang stok barang. Posisi bangunan Toko Klontong memanjang dari Utara ke Selatan menghadap ke arah barat, tepat jalur utama menuju pondok setelah pintu gerbang dan portal. Lokasinya sangat strategis baik bagi santri, siswa, mahasiswa, wali santri, tamu atau pengunjung lainnya. Toko Klontong dibuka mulai pukul 8 pagi dan ditutup pukul 9 malam. Istirahat siang untuk salat dhuhur berjamaah dan istirahat sore untuk salat Maghrib dan salat Isya'. Omset harian berkisar antara 3-3,5 juta rupiah.²⁷

c. Penetapan Harga

Dalam penetapan harga, Toko Klontong tidak mempertimbangkan faktor-faktor biaya yang dikeluarkan dalam pengadaan barang, seperti pertimbangan biaya transportasi atau selisih harga dengan kompetitor, gaji karyawan, ataupun adanya potongan harga saat membeli/kulakan. Pihak Manager Toko Klontong menetapkan harga berdasarkan taksiran dengan prinsip “yang penting dapat untung walaupun sedikit”.²⁸

²⁵ Pembangunan Sistem et al., “Pembangunan Sistem Stok Barang Dan Penjualan Pada Toko Sero Elektronik,” *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, vol. 4 (Online, August 16, 2012), <https://doi.org/10.3112/SPEED.V4I4.916>.

²⁶ Ust. Khotibul Mahbub, *wawancara*, Pamekasan 12 Maret 2019

²⁷ Manager, *wawancara*, Pamekasan 16 Maret 2019

²⁸ Manajer, *wawancara*, Pamekasan 16 Maret 2019

Penetapan harga dilakukan setelah barang tiba di gudang stok dan dicatat dibagian admin. Setelah itu baru proses pelabelan harga fix.²⁹

Manager tidak merisaukan harga pesaing, karena baginya Toko Klontong tidak punya kompetitor. Dengan demikian, pertimbangan utama dalam penetapan harga adalah latar belakang santri yang rata-rata dari kalangan ekonomi bawah. Tidak sampai hati jika dalam penetapan harga semata-mata mempertimbangkan keuntungan besar.³⁰

Pertimbangan tersebut sangat berpihak kepada kondisi santri secara mayoritas, yaitu ekonomi lemah. Bahkan sepat terlontar ungkapan Manager, “*santri di sini tidak punya penghasilan. Hanya berharap kiriman dari orang tua.*”³¹

Kebijakan seperti ini tidak berlaku untuk semua barang. Hasil pengamatan peneliti, ada produk tertentu dengan pertimbangan yang berbeda pula. *Pertama*, penyesuaian harga dengan kompetitor. Harga wafer tertentu dibedakan antara harga eceran dengan dengan harga paket. Wafer ini 1 set berisi 20 biji dengan harga eceran Rp. 500,- sehingga jika wafer laku semua akan mendapatkan uang sebanyak Rp. 10.000,-. Dengan demikian, jika pembeli “borong” 1 set harganya diberi potongan Rp. 500,- sehingga pembeli cukup membayar Rp.9.500,- dengan pertimbangan harga kompetitor tetap Rp.10.000,- per set. Sementara harga kulakan 1 set wafer tersebut Rp.8.000,-. Jadi laba yang diperoleh Toko Klontong adalah Rp.500,- x 20 biji samadengan Rp.10.000,-, maka keuntungan per setnya adalah Rp.2.000,-. Jika dijual per set, keuntungannya hanya Rp.1.500,-.³²

Kedua, penetapan harga berdasarkan kebijakan Manager. Contohnya pada penetapan harga kripik singkong. 1 bungkus kripik singkong Rp. 4.500,- dijual dengan harga Rp.5.000,- maka labanya Rp.500,-. Laba Rp.500,- Merupakan hasil pertimbangan Manager. Penetapan harga tersebut dianggap telah mendapatkan keuntungan, walaupun tipis.³³

Kedua contoh barang tersebut merupakan penjualan barang dengan siklus tertinggi. Perputarannya sangat cepat. Kebutuhan makanan ringan di Toko Klontong memiliki peluang pasar yang patut dijadikan pertimbangan tersendiri oleh pengelola.

²⁹ *Observasi*, tanggal 16 Maret 2019

³⁰ Manajer, *wawancara*, Pamekasan 04 April 2019

³¹ Manajer, *wawancara*, Pamekasan 16 Maret 2019

³² *Observasi*, 05 April 2019

³³ Abd Syakur, *wawancara*, 04 April 2019

d. Pemajangan Produk

Hasil observasi yang dilakukan peneliti, menghasilkan beberapa hal dalam *display* produk di Toko Klontong. Yaitu :

Pertama, **Etalase**. Alat ini dijadikan tempat pemajangan barang yang tidak memiliki kemasan khusus, atau diperuntukkan pakaian yang wadahnya berupa plastik tipis, seperti baju, kaos dan kopyah putih. Barang-barang ini rentan kotor sehingga layak untuk diletakkan di etalase. Hal lain yang pemajangannya diletakkan di etalase dengan ukuran lebih kecil, seperti balpoin, spidol, pensil dan parfum non-alkohol. Pemajangan produk di etalase adalah faktor kebersihan. Sedangkan untuk pakaian yang dilengkapi dengan gantungan dan terbungkus plastik khusus digantung di luar etalase agar mudah dijangkau pembeli.³⁴

Kedua, **Rak Gondola**. Adalah rak susun yang terbuat dari panel besi yang didesign sedemikian rupa sehingga terlihat kokoh dan mampu menahan berat barang. Rak gondola biasanya dipakai di minimarket, supermarket, warehouse, bahkan toko-toko aksesoris termasuk di Toko Klontong Panyeppe.³⁵

Rak gondola di Toko Klontong berjejer paralel dua-dua sebanyak lima lajur. Pada rak paling kanan digunakan untuk memajang minyak rambut, karbon/barus, dan obak nyamuk para rak terbawah. Rak berikutnya ditempati produk-produk kosmetik, parfum, minyak rambut dan lotion. Sedangkan pada lajur sisi kiri rak terbawah, berisi jenis minyak kayu putih, balsem, lem perekat. Rak di atasnya tersedia sabun padat, sabun cair, pembersih wajah dan samphoo. Sedangkan rak ketiga dan keempat dari bawah berisi barang-barang dengan kemasan lebih besar dan ringan, seperti hanger, jepitan baju, dan kemasan-kemasan lain yang berbahan plastik.³⁶

Pada rak gondola kedua, pada bagian bawah kanan memajang teh saset, kopi saset dan jenis minuman saset lainnya. Sedangkan rak di atasnya berisi pembersih wajah, dan handbody, pembersih telinga, tusuk gigi. Sedangkan macam-macam tisu ada di rak di atasnya lagi. Sedangkan pada sisi kiri pada rak terbawah dipajang pelbagai macam isolasi dan lakban. Rak di atasnya lagi berisi macam-macam permen. Sedangkan sisi rak ketiga dan keempat dipajang

³⁴ Manajer, *wawancara*, Pamekasan 04 April 2019

³⁵ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

³⁶ *Observasi* lapangan, Pamekasan, 09 April 2019

makanan ringan sejenis wafer dan macam-macam keripik. Sedangkan sisi kanannya dipajang macam-macam minuman berkarbonasi, larutan penyegar, dan minuman mengandung ion. Pada rak gondola lajur ketiga sisi kanan secara khusus memajang makanan ringan seperti kripik singkong, dan jenis-jenis kripik olahan pabrik lainnya. Sedangkan pada bagian depan sebelah kiri dipajang susu bubuk, susu kaleng dan macam-macam roti.³⁷

Ketiga Free standing fixture. Pemajangan dengan alat ini diperuntukkan beberapa camilan dan roti yang paling laris dan favorit bagi pembeli.³⁸

Keempat Rak Kayu : penggunaan rak kayu pada Toko Klontong diletakkan pada sisi kanan dan bagian depan. Untuk rak bagian depan diletakkan di lantai khusus air mineral, sedangkan yang lain disandarkan/nempel di tembok. Rak kayu yang di tembok ini dipajang sandal dan sepatu, rak yang lain diisi baju yang dikemas plastik tipis.³⁹

Di sisi lain, rak kayu yang nempel di tembok ini ada 4 rak lagi sisanya. Yaitu berisi pajangan songkok nasional. Rak lain terpisah berisi minyak goreng, mie instan dan obat serangga. Rak terpisah berikutnya diisi detergen, pewangi dan shampoo. Sedangkan rak paling utara diisi sabun mandi; padat maupun cair, serta pasta gigi.⁴⁰

Kelima Kulkas. Ada 3 macam kulkas yang terpajang di bagian selatan Toko Klontong. Kulkas pertama berisi display ragam minuman termasuk susu kotak. Kulkas kedua, khusus minuman berisi bakteri untuk pencernaan. Sedangkan kulkas terakhir diisi dengan es krim.⁴¹

Keenam Lantai. Ada sisa ruang kosong yang disengaja untuk memajang benda-benda yang bebas dan aman diletakkan di lantai, seperti air mineral dalam kemasan kardus dan air mineral dalam galon. Kedua barang ini diletakkan berjejer rapi dan disusun sesuai jumlah berat barang.⁴²

³⁷ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

³⁸ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

³⁹ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

⁴⁰ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

⁴¹ *Observasi*, Pamekasan 18 Maret 2019

⁴² *Observasi* lapangan, Pamekasan, 09 April 2019

e. Analisis

Dalam **penetapan harga** Toko Klontong memakai dua macam cara, **pertama:** *Bundling pricing*, yaitu penentuan harga per set barang dengan harga di bawah per biji atau eceran. Dalam hal ini berlaku untuk produk yang dijual eceran, seperti macam-macam wafer. Wafer tersebut dijual eceran dengan patokan harga Rp.500,- per biji. Sedangkan dalam 1 set wafer berisi 20 biji. Maka total uang yang diterima jika laku semuanya sebanyak Rp. 10.000,-. Jadi harga jual wafer per set sebesar Rp.9.500,-

Kedua : penetapan harga dengan cara *mark-up* dari harga standar produk. Cara *mark-up* ini diberlakukan pada barang yang ditetapkan tidak ada harga ecerannya, seperti baju, parfum, lotion, perbersih muka dan sebagainya. Dalam teknik *mark-up* ini manajer leluasa dalam menetapkan harga dengan menambahkan selisih ditambah laba yang sesuai dengan kondisi keuangan santri. Di satu sisi manajer bebas menentukan harga, di pihak lain terikat dengan pertimbangan etika di pesantren *salaf* yang mengedepankan kesetaraan dan keguyuban komunitas santri dengan mengesampingkan pola keuntungan berlebihan bagi pemodal (kapital). Kesempatan ini tidak dimanfaatkan oleh manajer walaupun tanpa tekanan dari pihak manapun. Sikap kesetaraan terpatri dalam keseharian santri dan ditangkap dengan baik oleh manajer. Manajer memiliki integritas dan karakter tegas yang berpihak kepada kondisi ekonomi kebanyakan santri.

Dalam hal pengeluaran lain dalam proses pengadaan barang seperti biaya transport, jarak, tenaga dan waktu, tidak menjadi pertimbangan utama manajer. Semangat yang dibawa oleh manajer adalah sikap pengabdian kepada pesantren dan ketulusan dalam bekerja. Motivasi pengabdian diterapkan semata-mata ingin mendapatkan berkah selama tinggal di pesantren. Motivasi berkah menjadi hal *primer* yang tertanam dalam jiwa para santri *salaf*. Sedangkan semangat ketulusan dalam setiap gerak-gerik menjadi cirikhas santri *salaf*. Ketulusan bekerja sejak awal telah ditanamkan oleh para pendiri dan pengasuh Pesantren Panyeppeen. Karena dengan ketulusan dapat melampaui keberhasilan orang-orang sebelumnya yang bekerja tanpa pijakan ketulusan. Ketulusan adalah anugerah yang layak dilatih dan menjadi kebiasaan harian. Pemahaman seperti ini telah menyatu dalam jiwa santri *salaf* dan menjadi cita-cita mulia. Demikian juga yang dipraktikkan dalam pengelolaan Toko Klontong di Pesantren Panyeppeen.

Tahapan penetapan harga pada Toko Klontong di Pesantren Panyeppeen antara lain : *pertama:* memastikan barang sudah berada di Toko Klontong. Jumlah barang yang datang dicek kebenarannya dari data pesanan yang dibawa sebelumnya oleh karyawan bagian pengadaan barang. Pihak pengelola toko juga tidak menutup pintu bagi sales yang datang ke toko langsung. Sales sering membawa langsung barang yang ditawarkan. Kadang pula masih menanggihkan barang jika ada permintaan baru lain yang tidak biasanya di pesan Toko Klontong. Setiap barang yang datang di letakkan di gudang stok depan dan segera diproses inputan data melalui kantor admin yang bersebelahan dengan ruang gudang. *Kedua:* cek harga beli. Pengelola memastikan harga beli masing-masing barang dan didapat dari mana asal barang. Asal barang ini penting diketahui agar mudah menentukan besaran biaya transportasi yang dikeluarkan dan biaya-biaya lain lain yang ditimbulkan dari pengadaan barang. *Ketiga:* menetapkan laba. Penetapan laba menjadi krusial dan biasanya langsung ditangani manajer Toko Klontong, dengan pertimbangan-pertimbangan seperti yang disebutkan kajian sebelumnya. *Keempat:* melabeli harga. Setelah harga ditetapkan manajer, maka berikutnya pihak admin bertugas melabeli barang per item. Dalam hal ini bisa dibantu karyawan lain yang ada waktu senggang, atau pelabelan harga ini dilakukan disaat toko belum buka. Demikian tahapan penetapan harga yang biasa dilakukan di Toko Klontong pesantren Panyeppeen. Dari proses ini kemudian bisa dilakukan display produk sesuai tempat yang telah ditetapkan.

Pemajangan (*display*) produk yang dilakukan di Toko Klontong menggunakan dua cara. *Pertama: windows display.* Pemajangan barang di etalase atau *windows display* merupakan salah satu mekanisme penting dalam *display* barang. *Windows display* hanya menunjukkan barang yang dijual, tanpa bisa disentuh oleh calon pembeli. Bila pengunjung ingin mengetahui lebih lanjut, ia dipersilahkan masuk atau mendekat agar dapat melakukan pengamatan lebih jelas. Tujuan *windows display* adalah untuk menarik minat pengunjung sekaligus menjaga keamanan barang.

Hanya saja dalam pemajangan barang pada Toko Klontong ini kurang begitu rapi sehingga terlihat kurang menarik seperti layaknya minimarket. Debu masih sering terlihat menempel pada barang dan bagian luar etalase. Ada juga barang yang pindah dari kelompoknya, karena calon pembeli bingung mengembalikan atau karena salah ambil barang. Ada juga posisi barang yang miring padahal semula berdiri, dan sebagainya. Hal ini bisa

mencerminkan kehidupan santri di pesantren *salaf*, walaupun hal ini belum tentu benar. Karena di lembaga lain, ada juga yang telah mengikuti standar minimarket pada umumnya.

Kedua: Interior display dengan menggunakan *open display* dimana barang-barang ditata di dalam toko, dan pembeli dengan mudah menghampiri, memegang dan mengamati lebih dekat. Hal ini berlaku untuk semua barang selain pakaian yang terjadi di Toko Klontong. Dalam pemajangan barang dengan *open display* masih ada yang perlu dirapikan, terlihat adanya tercampurnya barang dengan *merk* yang sama masih tergolong dengan *merk* yang lain, padahal rak gondola yang digunakan cukup luas untuk dimanfaatkan. Hal ini terjadi karena sifat terbuka dari pola pemajangan, sehingga memungkinkan sekali terjadi perpindahan barang yang tidak sesuai pengelompokan tadi. Hal ini bisa di atasi dengan penanganan dari karyawan yang lebih cekatan dalam mengawasi perpindahan barang setiap saat atau di saat ada waktu luang.

Kesimpulan

Pertama, dalam mekanisme penetapan harga Toko Klontong memakai dua macam cara, pertama : *Bundling pricing*, yaitu penentuan harga per set barang dengan harga di bawah per biji atau eceran. Dalam hal ini berlaku untuk produk yang dijual eceran, seperti macam-macam wafer. Wafer tersebut dijual eceran dengan patokan harga Rp.500,- per biji. Sedangkan dalam 1 set wafer berisi 20 biji. Maka total uang yang diterima jika laku semuanya sebanyak Rp. 10.000,-. Jadi harga jual wafer per set sebesar Rp.9.500,-. *Kedua* : penetapan harga dengan cara *mark-up* dari harga standar produk. Cara *mark-up* ini diberlakukan pada barang yang ditetapkan tidak ada harga ecerannya, seperti baju, parfum, lotion, perbersih muka dan sebagainya. Dalam teknik *mark-up* ini manajer leluasa dalam menetapkan harga dengan menambahkan selisih ditambah laba yang sesuai dengan kondisi keuangan santri. Di satu sisi manajer bebas menentukan harga, di pihak lain terikat dengan pertimbangan etika di pesantren *salaf* yang mengedepankan kesetaraan dan keguyuban komunitas santri dengan mengesampingkan pola keuntungan berlebihan bagi pemodal (kapital). Kesempatan ini tidak dimanfaatkan oleh manajer walaupun tanpa tekanan dari pihak manapun. Sikap kesetaraan terpatri dalam keseharian santri dan ditangkap dengan baik oleh manajer. Manajer memiliki integritas dan karakter tegas yang berpihak kepada kondisi ekonomi kebanyakan santri.

Kedua, pemajangan (*display*) produk yang dilakukan di Toko Klontong menggunakan dua cara. *Pertama: windows display*. Pemajangan barang di etalase atau *windows display* merupakan salah satu mekanisme penting dalam *mendisplay* barang. *Windows display* hanya menunjukkan barang yang dijual, tanpa bisa disentuh oleh calon pembeli. Bila pengunjung ingin mengetahui lebih lanjut, ia dipersilahkan masuk atau mendekat agar dapat melakukan pengamatan lebih jelas. Tujuan *windows display* adalah untuk menarik minat pengunjung sekaligus menjaga keamanan barang. Hanya saja dalam pemajangan barang pada Toko Klontong ini kurang begitu rapi sehingga terlihat kurang menarik seperti layaknya minimarket. Debu masih sering terlihat menempel pada barang dan bagian luar etalase. Ada juga barang yang pindah dari kelompoknya, karena calon pembeli bingung mengembalikan atau karena salah ambil barang. Ada juga posisi barang yang miring padahal semula berdiri, dan sebagainya. Hal ini bisa mencerminkan kehidupan santri di pesantren *salaf*, walaupun hal ini belum tentu benar. Karena di lembaga lain, ada juga yang telah mengikuti standar minimarket pada umumnya. *Kedua: Interior display* dengan menggunakan *open display* dimana barang-barang ditata di dalam toko, dan pembeli dengan mudah menghampiri, memegang dan mengamati lebih dekat. Hal ini berlaku untuk semua barang selain pakaian yang terjadi di Toko Klontong. Dalam pemajangan barang dengan *open display* masih ada yang perlu dirapikan, terlihat adanya tercampurnya barang dengan *merk* yang sama masih tergolong dengan *merk* yang lain, padahal rak gondola yang digunakan cukup luas untuk dimanfaatkan. Hal ini terjadi karena sifat terbuka dari pola pemajangan, sehingga memungkinkan sekali terjadi perpindahan barang yang tidak sesuai pengelompokan tadi. Hal ini bisa di atasi dengan penanganan dari karyawan yang lebih cekatan dalam mengawasi perpindahan barang setiap saat atau di saat ada waktu luang.

Daftar Pustaka

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta, 2019.

Budiman, E Farid - Watung, Bandung: Mizan, and undefined 2000. "Membebaskan Yang Tertindas, Al-Qur'an Liberalisme Pluralisme, Terj," n.d.

Mansur, Mansur. "LOKALITAS ISLAM PESISIR (Studi Kasus Aktifitas Perembus Dalam Perspektif 'Urf 'Izzuddin Bin 'Abd Al-Salam Di Desa Kaduara Barat Pamekasan Madura)." *Ulumuna* 6, no. 1 (2019).

Kamali, Mansur
Fitria Nur Masithob
Sukamto, Aang Kunaiji

- . “Perempuan Dalam Ruang Publik Islam (Studi Metode Istinbat Hukum Dalam Buku Ahkamul Fuqaha).” *Economic: Journal of Economic and Islamic Law* 9, no. 2 (2019).
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian. Ghalia Indonesia : Bogor*. bogor, 2017.
- Niaga, AH Rusniati - Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan, and undefined 2014.
“Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi,” n.d.
- Rifai, Mien Ahmad. *Manusia Madura : Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan Dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasannya*. 1st ed. Yogyakarta: Pilar Media, 2007.
- Sistem, Pembangunan, Stok Barang, Dan Penjualan, Pada Toko, Sero Elektronik Suprayitno, and Uli Indah Wardati. “Pembangunan Sistem Stok Barang Dan Penjualan Pada Toko Sero Elektronik.” *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*. Vol. 4. Online, August 16, 2012. <https://doi.org/10.3112/SPEED.V4I4.916>.
- Spradley, James P. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007.
- Sugiyono, Prof Dr. *Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta, CV*, 2017.
- Tasman, Aulia, and M Hafidz Aima. *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*. Depok: PT. Rajagrafindo Persasa, 2013.
- Tim Annajah. *Jejak Langkah & Kiprah Para Masyayikh*. Pamekasan: Al-Miftah press, 2013.
- Zamakhsyari Dhofier. *Tradisi Pesantren, Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*. Keenam. Jakarta: LP3S, 1994.