

ABSTRAK

Takrid Mey Dinda Wati, 2016, *Komunikasi Interpersonal Santri Entrepreneur di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.*

Komunikasi interpersonal merupakan suatu aspek yang penting, proses pengiriman dan penerimaan informasi di antara dua orang dengan berbagai efek dan umpan balik. Melalui komunikasi ini berkembang sebuah hubungan antar manusia, bagaimana hubungan terbentuk dan bagaimana hubungan berakhir.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: a) Bagaimana komunikasi *interpersonal self disclosure* santri entrepreneur di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, b) Bagaimana komunikasi *interpersonal social penetration* santri entrepreneur di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, c) Bagaimana komunikasi *interpersonal social exchange* santri entrepreneur di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Secara praktis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Komunikasi Interpersonal Santri *Entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, kemudian komunikasi interpersonal ini dapat terus ditingkatkan melalui hubungan yang akrab kepada konsumen dan *supplier* yang dilakukan santri *entrepreneur* setiap hari.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan eksploratif, dengan menggunakan metode ini maka penelitian dapat disajikan secara lugas, detail dan objektif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, *interview* (wawancara) dan dokumentasi, adapun keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Komunikasi senantiasa menghasilkan hubungan. komunikasi menimbulkan hubungan timbal balik antara satu pihak dengan pihak lain yang berkomunikasi, a) Komunikasi *interpersonal self disclosure* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember memberi informasi melalui ungkapan dan tindakan, keterbukaan informasi di berikan komunikator (santri *entrepreneur*) kepada komunikan (konsumen dan *supplier*), b) Komunikasi *Interpersonal social penetration*, berinteraksi dengan konsumen dan suplyer secara bertahap dari perkenalan basa basi hingga menjadi hubungan yang akrab dengan komunikan (konsumen dan *supplier*), c) Komunikasi *interpersonal social exchange*, berorientasi pada hubungan yang dievaluasi dengan mempertimbangkan konsekuensi, dapat mengetahui kekurangan dari suatu hubungan dengan konsumen dan *supplier*.

Kata Kunci: *Entrepreneur*, Komunikasi Interpersonal, Kualitatif

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	21
1. Komunikasi	21
2. Entrepreneur	24
3. Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	32
4. Tujuan Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	35
5. Efektifitas Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	36
6. Teori Hubungan Interpersonal (Antarpribadi)	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data	48
G. Tahap-tahap Penelitian	49

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian 51
B. Penyajian Data dan Analisis 67
C. Pembahasan Temuan 76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 81
B. Saran-saran 82

DAFTAR PUSTAKA 83

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia diciptakan oleh Allah dengan berbagai macam latar belakang, baik bahasa, adat suku, bangsa, dan agama. Maksud dari keragaman itu adalah agar manusia saling ta'aruf atau saling mengenal.¹ Fenomena keragaman dan tujuan dari keragaman ini disebut oleh Allah dalam firman-Nya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ

أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ اتَّقَىٰ اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (الحجرات: ١٣)

“Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling taqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.

(QS. al-Hujurat (49): 13)².

Selain berbicara dengan penciptanya dan berbicara dengan dirinya sendiri, manusia juga melakukan komunikasi dengan sesama manusia.

Komunikasi dengan sesama inilah yang menjadi perhatian utama ilmu

¹ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 67.

² Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro, 2000), 412.

komunikasi secara umum. Menurut agama Islam, istilah komunikasi dengan sesama manusia disebut dengan *hablun minannas*, *ta'aruf*, dan *muamalah*.³

Menurut Astrid Soesanto, komunikasi sebagai aktivitas yang dilakukan manusia sebanyak 90% dalam kehidupan sehari-hari. Cangara menyimpulkan penilaian dari banyak pakar mengatakan bahwa komunikasi adalah sebagai suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seorang dalam hidup bermasyarakat. Menurut Schram, komunikasi dan masyarakat merupakan dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat, maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.⁴

Jika umat Islam melakukan komunikasi dengan niat ikhlas untuk menjalin silaturahmi dan meningkatkan kualitas hubungan yang positif dengan sesama manusia, maka mereka tidak hanya mendapat keuntungan dunia, tetapi juga akan mendapatkan pahala akhirat.⁵ Menerapkan komunikasi yang sesuai di dalam bekerja, karena menurut Isa Abduh dan Ahmad Ismail Yahya dalam *al-'Amal fi al Islam*, Islam adalah agama yang menekankan *'amal* atau bekerja. Sebab, *'amal* atau bekerja merupakan salah satu cara praktis untuk mencari mata pencaharian yang di ridhoi Allah Swt. Adapun bekerja di dalam Islam merupakan kewajiban bagi setiap individu atau kelompok.⁶ Maka dapat dikatakan bahwa komunikasi berperan penting di dalam aktivitas bekerja, termasuk dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*).

³ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 217.

⁴ Ibid., 17.

⁵ Ibid., 18.

⁶ Ibid., 21.

Banyak orang berbicara tentang komunikasi dan mengaitkan kejadian baik dan buruk dengannya. Demikian pula dalam kaitan dengan pentingnya kewirausahaan (*entrepreneurship*) untuk membangun ekonomi, sudah seringkali dikemukakan dalam teori ekonomi.⁷ Namun sayangnya, amat jarang pembahasan yang secara eksplisit mencantumkan tentang komunikasi dalam kegiatan ekonomi. Padahal menurut Frey, kalau diamati dengan teliti, sebenarnya banyak fase dari pertumbuhan ekonomi menurut teori-teori pembangunan tersebut yang merupakan tempat komunikasi memainkan peranan penting.⁸

Jika kita bertanya kepada seseorang tentang faktor melejitnya karir orang tertentu dalam waktu relatif cepat, hampir bisa dipastikan bahwa di antara jawabannya adalah karena orang tersebut memiliki kecakapan dalam berkomunikasi.

Ilmu komunikasi dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan dan semakin canggih dalam beberapa aspek.⁹ Hal ini mendorong berbagai kalangan dalam masyarakat untuk meningkatkan potensi yang dimiliki dalam berbagai aspek pula. Persaingan pun semakin luas, mulai dari persaingan sosial hingga usaha, termasuk dalam hal perdagangan. Kemudahan berkomunikasi menjadi salah satu faktor yang sangat diperlukan untuk mengembangkan semua itu. Komunikasi dapat menghubungkan apapun yang akan dilakukan manusia terhadap manusia lainnya.

⁷ Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 97.

⁸ *Ibid.*, 97.

⁹ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 1.

Terkait dengan dua hal tersebut (komunikasi dan kewirausahaan), termaktup pula hubungan keduanya dalam Undang-undang no.8 Tahun 1999 par. 74 bagian kedua tentang hak dan kewajiban pelaku wirausaha yaitu, pelaku usaha wajib beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Mampu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Bisa memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.¹⁰ Pentingnya peran komunikasi dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*) dapat dilihat dalam undang-undang tersebut.

Lembaga dakwah dan lembaga pengembangan masyarakat dalam perkembangannya menjelma sebagai lembaga sosial yang memberikan warna khas bagi perkembangan masyarakat sekitarnya. Peranannya pun berubah menjadi agen pembaharuan (*agen of change*) dan agen pembangunan masyarakat.¹¹ Pesantren Al-Qodiri juga mengajarkan kepada santri entrepreneur untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, bagaimana santri entrepreneur dapat menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen maupun *supplier*. Perlu disadari bahwa seharusnya pesantren juga mengajarkan keahlian di dalam berbagai bidang, untuk mengasah keterampilan

¹⁰ Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 219.

¹¹E. Badri dan Munawiroh, *Pergeseran Literatur Pesantren Salafiyah* (Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang dan Diklat, Departemen Agama, 2007), 3.

dan pengetahuan umum (akal) dalam kehidupan. Baik kehidupan masa kini maupun masa yang akan datang. Bekal pengetahuan yang diperoleh dari pesantren diharapkan santri siap hidup dimana saja dan siap menghadapi segala tantangan perubahan dan perkembangan jaman.¹²

Susilo Martoyo berpendapat bahwa di sinilah para kyai dan banyak pihak mempunyai peran dan tanggung jawab agar pesantren mempunyai kesempatan yang sangat luas untuk memberi bekal kepada santrinya. Jika bekal ini diberikan kepada santri, insya Allah terpenuhi tuntutan dunia kerja agar mereka mempunyai hal: kualitas kehidupan kerja, produktivitas kerja, kepuasan pekerja, dan siap mengadakan perubahan-perubahan.¹³

Kiai berwirausaha adalah jihad, ungkapan tersebut dinyatakan oleh KH. Abdullah Gymnastiar yang terkenal dengan panggilan Aa Gym, pengasuh Pondok Pesantren Daarut Tauhid di Bandung. Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa sangat menyedihkan sekali umat Islam tidak mempunyai apa-apa karena perekonomian kita dikuasai oleh pihak lain. Profesi wirausaha oleh sebagian besar umat Islam, dianggap sebagai urusan duniawi. Padahal ekonomi dan kewirausahaan merupakan pilar kemajuan dan harga diri umat. Wirausaha akan menjadi urusan duniawi jika niat dan caranya salah, tapi jika dilakukan dengan benar sesuai ajaran Islam, maka kewirausahaan itu adalah jihad.¹⁴

¹²Malik M Thaha Tuanaya, dkk, *Modernisasi Pesantren* (Jakarta: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama, 2007), 238.

¹³A. halim, dkk, *Manajemen Pesantren* (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2005), 34.

¹⁴Buchari Alma, *Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2003), 29.

Toto Asmara memberikan rincian bahwa umat Islam ini mempunyai 25 ciri etos kerja muslim yang mendukung umat Islam bisa *survive* dalam kehidupannya. Etos kerja tersebut ialah: kecanduan terhadap waktu, memiliki moralitas yang bersih (ikhlas), kecanduan kejujuran, memiliki komitmen tinggi, istiqamah atau kuat pendirian, mereka kecanduan disiplin, konsekuen dan berani menghadapi tantangan, memiliki sikap percaya diri, kreatif, bertanggung jawab, bahagia karena melayani, memiliki harga diri, memiliki jiwa kepemimpinan, berorientasi masa depan, hidup berhemat dan efisien, memiliki jiwa wiraswasta, memiliki insting bertanding, keinginan untuk mandiri, mereka kecanduan belajar dan ingin mencari ilmu, memiliki semangat perantauan, memperhatikan kesehatan dan gizi, tangguh dan pantang menyerah, berorientasi pada produktifitas, memperkaya jaringan silaturahmi, dan mereka memiliki semangat perubahan.¹⁵

Perlu kita sadari bahwa komunikasi sangat berperan penting di dalam kewiraswusahaan (*entrepreneurship*). Maka dari itu, penelitian ini peneliti akan mengambil celah kecil untuk menjadi fokus di dalam penelitian, yaitu, pentingnya komunikasi wirausahawan (*entrepreneur*) dalam kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*), terutama komunikasi yang dilakukan santri *entrepreneur* dalam dunia kewirausahaan (*entrepreneurship*), Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul “KOMUNIKASI INTERPERSONAL SANTRI *ENTREPRENEUR* DI PONDOK PESANTREN AL-QODIRI JEMBER”. Rata-rata penelitian yang lain mengkaji wirausahawan (*entrepreneur*) bukan

¹⁵ A. halim, dkk, *Manajemen Pesantren* (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2005), 35.

dengan teori ilmu komunikasi, akan tetapi lebih pada teori pendidikan dan teori ekonomi. Bagaimana hal itu bisa terjadi, padahal komunikasi selalu dilakukan oleh setiap manusia dalam kehidupan sehari-hari.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dan dengan mempertimbangkan luasnya cakupan penelitian yang dikaji, maka peneliti membatasi penelitian ini dengan fokus masalah pembahasan yang akan diteliti. Fokus masalah pembahasan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi *interpersonal self disclosure* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri?
2. Bagaimana komunikasi *interpersonal social penetration* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri?
3. Bagaimana komunikasi *interpersonal social exchange* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan arah dan sasaran yang harus dicapai oleh setiap tindakan. Tujuan penelitian diarahkan untuk memahami suatu fenomena sosial. Tujuan memegang peranan penting dan harus dirumuskan dengan jelas.¹⁶ Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan komunikasi *interpersonal self disclosure* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri

¹⁶ Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif – kuantitatif* (Yogyakarta: Sukses Offset, 2010),51.

2. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan komunikasi *interpersonal social penetration* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri
3. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan komunikasi *interpersonal social exchange* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegiatan penelitian ini dilakukan, diharapkan baik bagi peneliti, lembaga pendidikan maupun masyarakat pada umumnya. Mengambil pelajaran yang berguna dan berharga bagi pengembangan dan kemajuan pendidikan yang lebih baik dari hasil penelitian yang diperoleh.

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya diharapkan memiliki manfaat bagi yang mengadakan penelitian, subyek yang diteliti, maupun bagi orang banyak. Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat menjadikan penelitian lebih memperhatikan bagaimana komunikasi berperan penting dalam pergerakan ekonomi.
- b. Dapat mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan yang diperoleh peneliti.
- c. Dapat berguna bagi seluruh masyarakat untuk membangun komunikasi yang berkualitas.
- d. Menambah kekayaan pustaka di lembaga di mana penulis menempuh pendidikan yakni IAIN Jember.
- e. Bagi IAIN Jember, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai upaya invasi ilmiah, sekaligus memperkaya keilmuan yang cukup aktual,

strategis dan marketable serta dapat dijadikan pertimbangan bagi kajian lebih lanjut.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti dari judul "KOMUNIKASI INTERPERSONAL SANTRI *ENTREPRENEUR* DI PONDOK PESANTREN AL-QODIRI JEMBER" maka hal-hal yang harus dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Interpersonal

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*. diantara arti komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, suatu tingkah laku. Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk mengomunikasikan ide dengan pihak lain, baik dengan berbincang-bincang, berpidato, maupun melakukan korespondensi.¹⁷

Interpersonal merupakan turunan dari kata *inter*, yang berarti antara dan kata *person*, yang berarti orang. Komunikasi interpersonal secara umum terjadi di antara dua orang. Seluruh proses komunikasi terjadi di antara beberapa orang, namun banyak interaksi tidak melibatkan seluruh orang di dalamnya secara akrab.¹⁸

2. Santri

¹⁷ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 2.

¹⁸ Julia T. Wood, *Komunikasi Teori Dan Praktek*. (Jakarta selatan: Selamba Humanika, 2013),19.

Santri merupakan elemen penting dalam suatu lembaga pesantren, santri juga tinggal di dalam pesantren untuk mempelajari kitab-kitab klasik¹⁹. Santri, juga dapat dikatakan sebagai orang yang belajar dan mendalami ilmu agama baik dalam kategori *junior* (santri yang baru masuk pondok pesantren) maupun yang dikategorikan *senior* (santri yang telah lama dan usianya lebih tua). Santri-santri ini saling melakukan komunikasi baik secara personal, komunal maupun interpersonal dengan beragam persoalan yang dihadapinya selama 24 jam penuh.²⁰

3. *Entrepreneur*

Kata *entrepreneur* merupakan kata yang diadopsi dari bahasa Prancis *entreprendre*, kata kerja yang berarti memiliki makna untuk melakukan. Kata tersebut merupakan gabungan dari kata *entre* (kata Latin) yang berarti antara, dan *prendre* (kata Latin) yang berarti untuk mengambil, kata *Entreprendre* dapat diartikan sebagai orang yang berani mengambil resiko dengan kesulitan yang berat dan memulai sesuatu yang baru. Istilah yang melakukan kerja tersebut, akhir katanya berubah menjadi *eur*.²¹

Entrepreneur adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis baru. Menghadapi resiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang

¹⁹ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi pesantren* (Jakarta: LP3ES, 2011), 88.

²⁰ Lutfi Hakim, *Pesantren Transformatif* (Jember: STAIN Jember, 2013), 39.

²¹ Barnawi dan Mohammad Arifin, *Schoolpreneurship; Membangkitkan Jiwa dan Sikap Kewirausahaan Siswa* (Jakarta: Ar – Ruzz Media, 2012), 25.

melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya.²²

F. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan kerangka pemikiran yang digunakan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat dipelajari dan dipahami oleh pembaca. Skripsi ini membahas pokok bahasan yang terdiri dari lima bab. Sebagaimana yang tersusun sebagai berikut:

Bab I (satu), dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang mengungkapkan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti sehingga dapat diketahui hal-hal yang melandasi penelitian, fokus penelitian bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.

Bab II (dua), pada bab berikut ini akan dipaparkan kerangka pemikiran serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Adapun dalam hal ini akan disajikan pembahasan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori, yang memuat tentang *Entrepreneur*.

Bab III (tiga), bagian ini memuat pembahasan tentang metode penelitian. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV (empat), dalam bab ini memuat pembahasan empiris tentang penyajian data dan analisis yang termasuk didalamnya antara lain gambaran

²²J. winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 17.

objek penelitian, penyajian data, serta pembahasan temuan. Bab ini berfungsi sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang diperoleh guna menemukan keimpulan.

Bab V (lima), merupakan bab yang paling akhir yang berisi kesimpulan pembahasan dalam skripsi dan yang terakhir saran-saran. Bab ini untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian berupa kesimpulan. Kesimpulan ini akan dapat membawa makna dari penelitian yang telah dilakukan.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian terdahulu

Agar menjadi bukti keorisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan, maka peneliti perlu mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul proposal peneliti. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Terdahulu

Agar menjadi bukti keorisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan, maka peneliti perlu mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan judul proposal peneliti. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Muizeh Romlah, “Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa IAIN Jember dalam Menghadapi AEC (ASEAN Economic Community) 2015”, skripsi Fakultas Syariah IAIN Jember tahun 2015.

Hasil temuannya adalah upaya yang dilakukan untuk menanamkan jiwa *entrepreneur* mahasiswa IAIN Jember dalam menghadapi AEC, mengikuti berbagai kegiatan formal dan nonformal yang di selenggarakan oleh UKM Kopma, yaitu:

- 1) Mengikuti pelatihan di salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa KOPMA

- 2) Mengadakan seminar *entrepreneurship* di dalam dan di luar kampus IAIN Jember
- 3) Mengadakan workshop *entrepreneurship* oleh dinas koperasi UMKM Kabupaten Jember
- 4) Mengikuti bazar kuliner yang diadakan oleh HMPS Syariah.

Implementasi *entrepreneurship* mahasiswa IAIN Jember sudah sesuai dengan teori etika bisnis yang ada. Yaitu mereka sudah menerapkan mencatat transaksi dengan benar, berdagang atas dasar suka sama suka, tidak terlena dengan perniagaan, perniagaan yang tidak merugikan, dan larangan curang dalam berdagang.²³

Persamaan dengan penelitian ini meneliti tentang entrepreneur dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya, penelitian ini fokus terhadap upaya yang dilakukan untuk menanamkan jiwa *entrepreneur* mahasiswa IAIN Jember dalam menghadapi AEC. Adapun yang peneliti lakukan adalah fokus pada komunikasi interpersonal santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri.

- b. Siti Kholifatul Sa'diyah, "Pengaruh Entrepreneurship Terhadap Pembentukan Jiwa Entrepreneur pada Mahasiswa STAIN Jember", skripsi Jurusan Tarbiyah Stain Jember tahun 2014.

Hasil penemuan dari penelitian ini adalah upaya yang dilakukan dalam menanamkan jiwa *entrepreneur* santri di Pondok Pesantren Mambaul Ulum Desa Sukowono Kecamatan Sukowono

²³ Muizeh Romlah, "Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa IAIN Jember dalam Menghadapi AEC (ASEAN Economic Community) 2015", (Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Jember, 2015), 87

Kabupaten Jember tahun pelajaran 2014/2015, yaitu dengan melibatkan santri dalam praktek kewirausahaan pesantren. Nilai-nilai *entrepreneur* santri yang tertanam meliputi kejujuran, kesejahteraan dan kerja keras. Hal tersebut dapat terlihat dari aktifitas santri yang selalu bersemangat melakukan semua kegiatan yang ada di Pondok Pesantren tersebut.

Persamaan dengan penelitian ini dengan penelitian peneliti, yaitu sama-sama meneliti *entrepreneur* santri dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yaitu penelitian ini lebih fokus pada pendidikan *entrepreneur*, penelitian yang akan peneliliti lakukan lebih fokus pada komunikasi interpersonal santri *entrepreneur*.²⁴

- c. Siti Lutfiyah, “Urgensi Mata Kuliah Entrepreneurship bagi perubahan paradigma mental buruh mahasiswa pai stain jember tahun akademik 2013/2014, skripsi Jurusan Tarbiyah Stain Jember tahun 2014.

Hasil penelitian yang telah kami lakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dapat disimpulkan bahwa Urgensi mata kuliah *enterpreneurship* bagi mahasiswa PAI STAIN Jember tahun akademik 2013/2014 memberikan pencerahan atau tambahan pengetahuan tentang kewirausahaan bagi mahasiswa PAI, membekali mahasiswa agar terampil dalam berwirausaha, memiliki jiwa

²⁴Siti Kholifatuz Sa'diyah, “Pengaruh Entrepreneurship Terhadap Pembentukan Jiwa Entrepreneur pada Mahasiswa STAIN Jember”,(Skripsi, Jurusan Tarbiyah Stain Jember, 2014), 73.

wirausaha, memberikan penanaman mental dalam diri mahasiswa dan sebagai bekal pengetahuan bagi mahasiswa lulusan PAI yang nantinya dapat diaplikasikan dalam kehidupan oleh mahasiswa. Mahasiswa dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, tidak hanya menunggu lapangan pekerjaan dari orang lain.

Kurikulum mata kuliah *entrepreneurship* menjadikan mahasiswa PAI STAIN Jember tahun akademik 2013/2014 kreatif, berfikir produktif, mandiri dengan memberikan motivasi dan imajinasi melalui pengamatan langsung kedalam dunia usaha, mengamati, meneliti dan berinteraksi langsung dengan dunia usaha. Kurikulum ide dan peluang berwirausaha mengajarkan mahasiswa untuk bisa menjadikan masalah dan kebutuhan masyarakat sebagai ide menciptakan suatu usaha baru yang belum ada sebelumnya. Kurikulum *entrepreneur* juga menceritakan tokoh-tokoh *entrepreneur* yang berhasil kepada mahasiswa agar bisa mengambil pelajaran dan mencontohnya. Melalui konsep dasar kewirausahaan mahasiswa PAI juga diajarkan bagaimana cara mengelola sumber daya yang ada sehingga dapat menciptakan suatu barang yang memiliki nilai. Setelah mahasiswa mampu menciptakan ide usaha yang baru yang memiliki nilai jual kemudian mahasiswa PAI bisa merealisasikannya dalam dunia usaha, sehingga dapat hidup mandiri.²⁵

²⁵ Siti Lutfiyah, “Urgensi Mata Kuliah *entrepreneurship* bagi perubahan paradigma mental buruh mahasiswa pai stain jember tahun akademik 2013/2014”, (Skripsi, Jurusan Tarbiyah Stain Jember, 2014), 79.

Persamaan dengan yang peneliti yaitu menggunakan pendekatan penelitian kuakitatif dan tentang entrepreneur. Perbedaan terletak pada obyek yang diteliti mahasiswa PAI STAIN Jember, adapun obyek yang diteliti peneliti yaitu santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri.

- d. Jonathan Ade Putra Sitanggang, “Analisis Faktor yang Memotivasi Karyawan Berkeinginan Menjadi Wirausaha (*entrepreneur*)”, skripsi Fakultas Ekonomi Program Ekstensi Manajemen Kekhususan Bisnis Universitas Indonesia.

Perbedaan dengan penelitian peneliti ini, yaitu metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini, menemukan bahwa semakin bertambahnya usia karyawan maka semakin besar pula *self employment intention*. Semakin meningkatnya *perceived feasibility (self efficacy) of self employment*, terutama pada pekerja yang bekerja di badan usaha milik swasta. Perusahaan harus lebih memperhatikan kondisi usia pekerja, tingkat pendidikan karyawan dengan memberikan jenjang karir yang pasti dan terencana, memberikan penghargaan (*reward*), melakukan pengembangan kemampuan karyawan dengan memberi pelatihan-pelatihan (*trainee*) yang tepat agar sesuai dengan kompetensi yang diharapkan guna meningkatkan kompetensi, pemberian intensif yang sesuai dan pembekalan-pembekalan

mengenai perencanaan masa pensiun kepada karyawan yang mendekati masa pensiun.²⁶ Adapun hasil penelitian yang peneliti lakukan adalah komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh santri *entrepreneur* kepada konsumen dan *supplier*.

- e. Angki Adi Tama, “Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)”, skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Perbedaan terletak pada kajian teori motivasi dan teori-teori ekonomi yang di pakai oleh penelitian ini, adapun penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teori-teori komunikasi interpersonal. Hasil dari penelian ini, yaitu keberhasilan diri, toleransi akan resiko dan kebebasan dalam pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*, dengan seluruh variabel memberikan kontribusi sebesar 50,8%.²⁷Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu meneliti tentang *intrepreneur*.

PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN INI

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
----	------	-------	-----------	-----------

²⁶<https://www.google.co.id/JonathanAdePutraSitanggang.pdf>.

²⁷<https://core.ac.uk/download/files/379/11723384.pdf>

1	Muizeh Romlah	Upaya Penanaman Jiwa <i>Entrepreneurship</i> Mahasiswa IAIN Jember dalam Menghadapi AEC (ASEAN Economic Community) 2015	Metode penelitian kualitatif deskriptif	Fokus terhadap upaya yang dilakukan untuk menanamkan jiwa <i>entrepreneur</i> mahasiswa IAIN Jember dalam menghadapi AEC. Adapun yang akan peneliti lakukan adalah fokus pada komunikasi interpersonal santri <i>entrepreneur</i> di Pondok Pesantren Al-Qodiri.
2	Siti Kholifatus Sa'diyah	Pengaruh <i>Entrepreneurship</i> Terhadap Pembentukan Jiwa <i>Entrepreneur</i> pada Mahasiswa STAIN Jember skripsi Jurusan Tarbiyah Stain Jember tahun 2014.	Meneliti tentang <i>entrepreneur</i> santri dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif	Penelitian ini lebih fokus pada pendidikan <i>entrepreneur</i> , adapun penelitian yang akan peneliliti lakukan lebih fokus pada komunikasi interpersonal santri <i>entrepreneur</i> .

3	Siti Lutfiyah	Urgensi Mata Kuliah <i>entrepreneurship</i> bagi perubahan paradigma mental buruh mahasiswa PAI stain Jember tahun akademik 2013/2014	Metode Kualitatif Deskriptif	Obyek yang diteliti mahasiswa PAI STAIN Jember, obyek yang diteliti peneliti yaitu santri <i>entrepreneur</i> di Pondok Pesantren Al - Qodiri.
4	Jonathan Ade Putra Sitanggang	Analisis Faktor yang Memotiasi Karyawan Berkeinginan Menjadi Wirausaha (<i>entrepreneur</i>)	Meneliti tentang <i>entrepreneur</i>	Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, adapun peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif .
5	Angki Adi Tama	Analisis Faktor- Faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi <i>Entrepreneur</i>	Meneliti tentang <i>entrepreneur</i>	Kajian teori motivasi dan teori-teori ekonomi yang di pakai oleh penelitian ini, adapun penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teori-teori komunikasi interpersonal

		(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)	
--	--	--	--

B. Kajian Teori

1. Komunikasi

Pada kenyataannya sikap, pendapatan, atau perilaku seseorang dapat dirubah oleh orang lain, apabila komunikasi yang terjadi memang komunikatif. Situasi komunikatif dapat terjadi apabila ada pemilihan kata-kata atau susunan kalimat yang cocok dan dapat dimengerti oleh yang berkomunikasi.²⁸

Komunikasi merupakan proses perubahan terus-menerus yang senantiasa mengubah diri kita dan dunia sosial kita. Maksud dari pengertian tersebut, komunikasi manusia merupakan suatu proses yang terus berkembang, mulai dari karakter komunikasi serta realitas-realitas sosial yang diciptakannya senantiasa berkembang dan mengalami perubahan sepanjang masa. Saat orang berbicara satu dengan yang lain, mulai dari saat pertama bertemu hingga ke tahap hubungan yang lebih

²⁸ Uchjana Onong Effendi, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*,(Bandung:CV.Citra Aditya Bakti.2003),30.

akrab, maka komunikasinya terus mengalami perubahan dan perubahan-perubahan inilah yang memberi bentuk hubungan itu sendiri.²⁹

Komunikasi merupakan proses di mana individu dalam hubungan dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat merespon dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi melibatkan hubungan seseorang dengan orang lain atau hubungan seseorang dengan lingkungan, baik dalam rangka pengertian atau koordinasi.³⁰

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan kepada orang lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial.³¹

Sasa Djuarsa dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi dijabarkan tujuh definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seorang komunikator menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

²⁹ Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer I* (Yogyakarta: Andi, 2004), 7.

³⁰ Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2010), 3.

³¹ Uchjana Onong Effendi, *Ilmu Komunikasi Dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2004), 4.

- b. Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.
- c. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa, (*who? Say what? In which channel? To whom? With what effect?*).
- d. Komunikasi adalah suatu proses yang membuat suatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.
- e. Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidak pastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.
- f. Komunikasi adalah suatu proses menghubungkan satu bagian dengan bagian yang lainnya dalam kehidupan.
- g. Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lain.

Ketujuh definisi tersebut memang cukup beragam dan saling melengkapi, adapun agar tidak terjebak ke dalam pembicaraan yang tidak berujung tentang definisi komunikasi. Berdasarkan paparan di atas komunikasi adalah proses berbagi dan membagi pengalaman dengan tujuan saling mempengaruhi.³²

³² Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 7.

2. *Entrepreneur*

Raymond Kao dan Russell Knight, memberikan definisi tentang wirausaha (*entrepreneur*) dengan menekankan pada aspek kebebasan berusaha yang dinyatakan sebagai berikut: *An entrepreneur is an independent, growth-oriented owner-operator.*³³ Adapun menurut Skinner, wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan/balas jasa berupa profit finansial dan maupun non finansial.³⁴ Karakteristik wirausahawan (*entrepreneur*) secara umum dan menurut agama Islam, yaitu:

a. Umum

1) *Confidence*

Confidence adalah sikap penuh keyakinan bahwa kamu bisa lakukan apa yang telah kamu tetapkan secara konsisten.³⁵ Sikap percaya diri harus ditingkatkan oleh seorang wirausaha, orang yang percaya dirinya tinggi berarti jasmani dan rohaninya sudah matang. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis. Dia tidak begitu saja menyerap pendapat atau opini orang lain, tetapi dia mempertimbangkannya secara kritis. Emosionalnya boleh dikatakan sudah stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam. Juga tingkat sosialnya tinggi, mau menolong orang lain,

³³ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 33.

³⁴ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2000), 40.

³⁵ Wulan Ayodya, *Siswa Juga Bisa Jadi Pengusaha* (Jakarta: Erlangga, 2013), 36.

paling tinggi lagi ialah kedekatan dengan Allah SWT. Harapan wirausahawan seperti ini betul-betul dapat menjalankan usahanya secara mandiri, jujur, dan disenangi oleh semua relasi.³⁶

2) *Vision*

Kemampuan untuk melihat hasil akhir diri tujuan, sambil bekerja untuk mencapainya. Seorang pengusaha yang andal, biasanya sudah mengetahui tujuan akhir yang diinginkannya. Visi bagi seorang pengusaha adalah target pengembangan usaha yang hendak dicapainya di masa depan.³⁷

Siapa pun yang ingin terjun dalam dunia wirausaha, maka berpikirlah secara visioner. Kemampuan tersebut sangat dibutuhkan, sebab tuntutan pasar selalu berkembang dengan sangat pesat dan kompetisi pun juga beragam. Berfikir visioner pada masa sekarang harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin sukses dalam dunia wirausaha.³⁸

3) *Risk Taking*

Menjadi wirausahawan harus selalu berani menghadapi resiko. Semakin besar resiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Kemungkinan resiko harus di perhitungkan terlebih dahulu, karena resiko yang di perhitungkan dengan baik akan lebih

³⁶ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 53.

³⁷ Wulan Ayodya, *Siswa Juga Bisa Jadi Pengusaha* (Jakarta: Erlangga, 2013), 45.

³⁸ Najamuddin Muhammad, *Cara Dagang Ala Rasulullah untuk Para Entrepreneur* (Jogjakarta: DIVA press, 2013), 68.

banyak memberikan kemungkinan berhasil lebih tinggi.³⁹ Wirausahawan harus bisa belajar mengelola resiko dan menyeimbangkannya dengan pertimbangan yang sudah matang dari berbagai segi.

4) *Adaptability*

Kemampuan dalam menghadapi situasi baru dan menemukan solusi kreatif dari permasalahan-permasalahan yang ada. Wirausahawan pada umumnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih tinggi daripada nonwirausahawan, hal-hal yang belum terfikirkan oleh orang lain sudah terpikirkan olehnya. Seseorang yang memiliki kreativitas tinggi biasanya selalu berimajinasi, bermimpi bagaimana menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya.⁴⁰

5) *Persuasiveness*

Pandai berkomunikasi berarti pandai mengorganisasi buah pikiran ke dalam bentuk ucapan-ucapan yang jelas, menggunakan tutur kata yang enak didengar, mampu menarik perhatian orang lain. Komunikasi yang baik, diikuti dengan perilaku jujur, konsisten dalam pembicaraan akan sangat membantu seseorang dalam mengembangkan karir masa depannya. Akhirnya dengan

³⁹ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 34.

⁴⁰ *Ibid.*, 31.

keterampilan berkomunikasi seseorang dapat mencapai puncak karir.⁴¹

6) *Perseverance*

Kegigihan untuk bertahan mencapai tujuan, apa pun kendalanya. Kendala adalah hal yang wajar di alami oleh pengusaha. Kerja keras sangat berperan penting dalam keberhasilan seorang wirausahawan, karena setiap pengusaha yang sukses selalu menempuh saat-saat bekerja keras membanting tulang dalam merintis usaha.

7) *Honesty*

Komitmen untuk berpegang pada kebenaran, tidak dusta, dan bersikap fair (adil) setiap berhubungan dengan orang lain. Maka seorang wirausahawan harus memiliki komitmen yang kuat dalam pekerjaannya sesuai waktu yang sudah ditentukan, jika tidak taat pada jadwal yang sudah direncanakan akan berakibat terhadap sesuatu yang telah dirintisnya.⁴²

8) *Disipline*

Kemampuan untuk tetap fokus dan taat pada jadwal rencana serta deadline (batas waktu). Disiplin akan melahirkan suatu tanggung jawab, ciri-ciri orang yang bertanggung jawab adalah: berdisiplin, penuh komitmen, bersungguh-sungguh, konsisten dan berdedikasi tinggi.

⁴¹ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 109.

⁴² Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 32.

b. Agama Islam

Sifat atau karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha yang sesuai dengan ajaran Islam ialah:

1) Taqwa, tawakal, zikir dan syukur

Sifat-sifat tersebut harus benar-benar dilaksanakan dalam kehidupan (praktek wirausaha) sehari-hari. Jaminan Allah kepada wirausaha bahwa: barang siapa yang taqwa kepada Allah, maka Allah akan memberikannya jalan keluar dan Allah memberinya dari arah yang tidak disangka-sangka. Tawakal ialah suatu sifat penyerahan diri kepada Allah secara aktif, tidak cepat menyerah. Sudah sangat lumrah dalam dunia usaha mengalami jatuh bangun sebelum usaha itu berhasil. Dunia usaha ini sangat kompleks, persaingan sangat tajam, tetapimuncul pula usaha baru yang seakan-akan tidak peduli dengan persaingan kiri-kanan tersebut. Keterangan tersebut yang menjadikan seorang wirausaha harus tawakal, seperti jaminan Allah kepada orang yang tawakal: Allah akan memberi rizki, seperti burung-burung yang keluar sangkar di pagi hari dan pulang petang dengan perut kenyang (HR. Tirmidzi).⁴³

Sifat tawakal dan taqwa akan tercermin daalam hubungan manusia muslim dengan Allah seperti membaca dzikir dan bersyukur. Berdzikir artinya selalu menyebut asma Allah dalam hati dengan merendahkan diri dan rasa takut serta tidak mengeraskan suara dalam segala keadaan, mungkin dalam perjalanan, keadaan duduk, pertemuan

⁴³ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 270.

atau rapat, dan sebagainya. Firman Allah menyatakan: Hai orang-orang yang beriman janganlah harta benda kalian dan anak-anak kalian melalaikan kalian untuk mengingat Allah. Barangsiapa demikian, mereka itulah orang-orang yang merugi (QS. Al-Munafiqun: 9).

Selalu ingat kepada Allah membuat hati menjadi tenang, segala usaha dapat dilakukan dengan kepala dingin dan lancar, maka tidak akan ada masalah yang membuat hati dan kepala kita menjadi panas dan tidak ada stress. Perasaan stress atau rasa tertekan merupakan penyakit modern yang mahal obatnya, bahkan malah tidak ada obatnya, kecuali mencari ketenangan seperti berlibur ke luar kota, jalan-jalan di pagi hari, istirahat di tempat tidur, dan lain-lain.⁴⁴

Ungkapan rasa syukur ini dapat dilakukan, baik secara diam-diam dalam hati maupun diucapkan dengan lisan atau dalam bentuk perbuatan. Semua tindakan bersyukur ini direfleksikan dalam bentuk mendekatkan diri kepada Allah.

2) Jujur

Suatu hadis meriwayatkan: Kejujuran itu akan membawa ketenangan dan ketidakjujuran akan menimbulkan keragu-raguan (HR. Tirmidzi). Jujur dalam segala kegiatan usaha, menimbang, mengukur, berjanji, membayar utang, jujur dalam berhubungan dengan orang lain, akan membuat ketenangan lahir dan batin.

⁴⁴ Ibid., 270.

Adapun dengan kejujuran pula, maka proses berwirausaha semakin lancar. Para konsumen, ia akan menjadi pelanggan yang tetap atau bahkan kalau bisa mengajak orang lain, dan begitu juga bagi rekan usaha, ia senantiasa meningkatkan dan mengeratkan kemitraannya menjadi lebih besar.

3) Niat suci dan ibadah

Saat ini, kita selalu dihadapkan pada pemisahan antar kehidupan duniawi dan ukhrawi. Orang yang dalam kehidupan sehari-harinya selalu dihadapkan pada urusan duniawi, seakan tidak ada tiket untuk meraih kebahagiaan akhirat. Sebaliknya, meraih kehidupan akhirat seakan harus jauh dari kemegahan duniawi. Jika masih ada asumsi-asumsi semacam ini maka buanglah jauh-jauh mulai saat ini. Semua pekerjaan dunia bisa bernilai ibadah, tergantung pada niat dan tujuannya. Bagi seorang muslim melakukan usaha adalah dalam rangka ibadah kepada Allah. Demikian pula hasil yang diperoleh dalam usaha akan dipergunakan kembali di jalan Allah.

4) Bangun subuh dan bekerja

Rasulullah telah mengajarkan kepada kita agar mulai bekerja sejak pagi hari, selesai salat subuh, jangan kamu tidur, bergeraklah, carilah rizki dari Rabb-mu. Para malaikat akan turun dan membagi rizki sejak terbit fajar sampai terbenam matahari.⁴⁵

⁴⁵ Ibid., 271.

5) Toleransi

Toleransi harus dianut oleh orang-orang yang bergerak dalam bidang usaha. Tampak seorang usahawan itu mudah bergaul, komunikatif, praktis, tidak banyak teori, fleksibel, pandai melihat situasi dan kondisi, toleransi terhadap langganan, dan tidak kaku.

6) Berzakat dan berinfaq

Mengeluarkan zakat dan infaq harus menjadi budaya Muslim yang bergerak dalam bidang usaha. Harta yang dikelola dalam bidang usaha, laba yang diperoleh, harus disisihkan sebagian untuk membantu anggota masyarakat yang membutuhkan. Ajaran Islam sudah menjelaskan bahwa harta yang dizakatkan dan diinfaqkan tidak akan hilang, melainkan menjadi tabungan kita yang berlipat ganda baik di dunia maupun di akhirat. Sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim menyatakan:

Harta itu tidak akan berkurang karena disedekahkan dan Allah tidak akan menambahkan orang yang suka memberi maaf kecuali kemuliaan dan tidaklah seorang yang suka merendahkan diri karena Allah, melainkan Allah akan meninggikan derajatnya. Tertulis di dalam hadis Qudsi Allah berfirman, yang artinya: “Berinfaqlah kamu, niscaya Allah akan memberi belanja kepadamu” (Mutafaq’Alaih). Al-Qur’an menyatakan: “Barang siapa yang taqwa kepada Allah, niscaya Allah akan memberi jalan keluar baginya dan Allah memberi rizki dari arah atau sumber yang tidak disangka-sangka”. (QS. At-Thalaq: 2-3).

Orang yang berwirausaha, yang tidak dilalaikan oleh kegiatan usaha dan jual belinya, dia selalu ingat Allah, mendirikan shalat dan mengeluarkan zakat. Allah akan memberi imbalan yang lebih baik dari apa yang mereka kerjakan. Allah akan memberi karunianya dan akan memberi rizki berlipat ganda tanpa perhitungan kepada siapa yang Dia kehendaki (QS. An-Nur: 37 - 37)⁴⁶

7) Silaturahmi

Seorang wirausaha sering kali melakukan silaturahmi dengan partner usahanya ataupun dengan langganannya, sesuai dengan ajaran Islam bahwa kita harus mempererat silaturahmi satu sama lain. Manfaat silaturahmi ini disamping mempererat ikatan persaudaraan, juga seringkali membuka peluang-peluang bisnis baru. Hadis Nabi menyatakan: Siapa yang ingin murah rizkinya dan panjang umurnya, maka hendaklah ia mempererat hubungan silaturahmi.⁴⁷

3. Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.⁴⁸ Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi langsung antara dua atau tiga orang dalam

⁴⁶ Ibid., 272.

⁴⁷ Ibid., 272.

⁴⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 9.

- b. Komunikasi antarpribadi merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik.
- c. Mengandung makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman diantara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Dari ketiga aspek tersebut, komunikasi interpersonal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.
- 2) Komunikasi interpersonal mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi. Artinya isi pesan dipengaruhi oleh hubungan antar pihak yang berkomunikasi.
- 3) Komunikasi melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi.
- 4) Komunikasi interpersonal berlangsung antar dua individu, karena pemahaman komunikasi dan hubungan antar pribadi menempatkan pemahaman mengenai komunikasi dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan di mana dia terlibat di dalamnya. Terpenting dari aspek psikologi dalam komunikasi adalah asumsi bahwa diri pribadi individu terletak dalam diri individu dan tidak mungkin

diamati secara langsung. Artinya dalam komunikasi antar pribadi pengamatan terhadap seseorang dilakukan melalui perilakunya dengan mendasarkan pada persepsi pengamat. Adapun aspek psikologi mencakup pengamatan pada dua dimensi, yaitu internal dan eksternal. Namun kita mengetahui bahwa dimensi eksternal tidaklah selalu sama dengan dimensi internalnya.

Fungsi psikologis dari komunikasi adalah untuk menginterpretasikan tanda-tanda melalui tindakan atau perilaku yang dapat diamati. Proses interpretasi ini setiap individu berbeda, setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, yang terbentuk karena pengalaman yang berbeda pula.⁵¹

Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi antarpribadi (interpersonal) dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berduka-duaan atau antara dua orang dalam suatu pertemuan. Pentingnya situasi komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis, dimana hal tersebut menunjukkan adanya interaksi. Mereka yang terlibat komunikasi dalam bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian.

4. Tujuan Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)

Komunikasi merupakan proses perubahan terus-menerus yang senantiasa mengubah diri kita dan dunia sosial kita. Komunikasi antarpribadi dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan. Terdapat 6 (enam) tujuan komunikasi antarpribadi yang dianggap penting untuk dipelajari, yaitu:

⁵¹ Jalaludin, Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung:PT. Rosdakarya, 2005), 70-71.

- a. Mengenal Diri Sendiri dan Orang Lain
- b. Mengetahui Dunia Luar
- c. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna
- d. Mengubah Sikap dan Perilaku
- e. Bermain dan Mencari Hiburan
- f. Membantu

5. Efektifitas Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)

Komunikasi antarpribadi sebagai suatu bentuk perilaku, mengalami perubahan dan sangat tidak efektif, suatu saat komunikasi bisa lebih buruk dan pada saat lain bisa lebih baik. Namun demikian, perlu diingat bahwa setiap tindakan komunikasi adalah berbeda dan mempunyai keunikan-keunikan sendiri, prinsip-prinsip yang dibicarakan disini harus diterapkan secara *fleksibel*. Karakteristik-karakteristik efektivitas komunikasi antarpribadi ini oleh Yoseph DeVito dilihat dari 2 perspektif, yaitu:

- a. *Humanistis*, meliputi sifat-sifat:
 - 1) Keterbukaan

Sifat keterbukaan menunjuk paling tidak pada 2 aspek tentang komunikasi antarpribadi. Aspek pertama adalah bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Aspek kedua, keterbukaan menunjuk pada kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur terus terang tentang segala sesuatu yang dikatakannya.

- 2) Perilaku suportif

Jack R. Gibb menyebutkan tiga perilaku yang menimbulkan perilaku suportif, yakni:

- a) Deskriptif, suasana yang deskriptif akan menimbulkan sikap suportif di banding dengan suasana yang evaluative.
- b) Spontanitas, orang yang spontan dalam berkomunikasi adalah orang yang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkannya.
- c) Profesionalisme, seseorang yang memiliki sifat ini adalah orang yang memiliki sikap berpikir terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain, bila memang pendapatnya keliru.⁵²

3) Kesamaan

Hal ini mencakup dua hal. Pertama, kesamaan bidang pengalaman di antara para pelaku komunikasi. Kedua, kesamaan percakapan di antara para pelaku komunikasi memberi pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi harus ada kesamaan dalam hal mengirim dan menerima pesan.

b. Pragmatis, meliputi sifat-sifat:

1) Bersikap yakin

Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila seseorang mempunyai keyakinan diri. Orang yang mempunyai sifat semacam ini akan bersikap luwes dan tenang, baik secara verbal maupun non-verbal, keyakinan diri dapat diimplementasikan dalam tindakan sehari-hari.

⁵² Ibid., 84.

2) Kebersamaan

Seseorang biasa meningkatkan efektifitas komunikasi antarpribadi dengan orang lain, ia bisa membawa ras kebersamaan. Orang dengan sifat ini, akan memperhatikan dan merasakan kepentingan orang lain. Sikap kebersamaan ini dikomunikasikan baik secara verbal maupun non-verbal.

3) Manajemen interaksi

Seseorang yang menginginkan komunikasi yang efektif akan mengontrol dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak. Hal ini ditunjukkan dengan mengatur isi, kelancaran dan arah pembicaraan secara konsisten.

4) Perilaku ekspresif

Perilaku ini memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain. Pandai memainkan bahasa tubuh, mimik wajah, intonasi suara yang spontan saat berbicara dengan orang lain.

5) Orientasi pada orang lain

Seringkali dalam berkomunikasi kita berorientasi pada diri sendiri. Adapun untuk mencapai efektifitas komunikasi, seseorang harus memiliki sifat yang berorientasi pada orang lain. Artinya, kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama berkomunikasi antarpribadi.

Tahap-tahap dalam komunikasi antarpribadi antara lain:⁵³

a) Kontak (*first impression*)

⁵³ Ibid., 86.

- b) Perkenalan
- c) Pertemanan
- d) *Decline* (puncak
- e) Perpecahan

6. Teori hubungan interpersonal (antarpribadi)

Pemahaman mengenai hubungan merupakan suatu aspek penting dari studi tentang komunikasi antarpribadi, karena hubungan berkembang dan berakhir melalui komunikasi. Telah puluhan tahun para ahli mencoba untuk menentukan bagaimana hubungan terbentuk dan bagaimana hubungan berakhir.

a. *Self Disclosure*

Proses pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah proses pengungkapan informasi diri pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Proses pengungkapan diri dilakukan secara tertutup, yaitu seseorang mengungkapkan informasi diri kepada orang lain dengan cara sembunyi-sembunyi melalui ungkapan dan tindakan, adapun ungkapan dan tindakan itu merupakan sebuah keterbukaan tentang apa yang terjadi pada diri seseorang. Namun cara pengungkapan diri semacam ini jarang dipahami orang lain, kecuali orang lain memiliki perhatian terhadap orang yang melakukan pengungkapan diri itu.

b. *Social Penetration*

Altman dan Taylor mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut *social penetration* atau penetrasi sosial. Yaitu

proses di mana orang saling mengenal satu dengan lainnya. Penetrasi sosial merupakan proses yang bertahap, dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi dan akrab, seiring dengan berkembangnya hubungan. Orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenal dirinya secara bertahap. Adapun dalam proses ini orang biasanya akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antara upaya dan ganjaran (*cost and reward*) yang diterima atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan tersebut menjanjikan kesenangan dan keuntungan, maka mereka secara bertahap akan bergerak menuju tingkat hubungan yang lebih akrab.

c. *Social Exchange*

Teori ini menelaah bagaimana kontribusi seseorang dalam suatu hubungan, di mana hubungan itu memengaruhi kontribusi orang lain. Thibaut dan Kelley, pencetus teori ini, mengemukakan bahwa orang mengevaluasi hubungannya dengan orang lain dengan mempertimbangkan konsekuensinya, khususnya terhadap ganjaran yang diperoleh dan upaya yang telah dilakukan, orang akan memutuskan untuk tetap tinggal dalam hubungan tersebut atau pergi meninggalkannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengetahui studi komunikasi interpersonal santri *entrepreneur* adalah penelitian eksploratif secara kualitatif. Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu dan dipakai manakala kita belum mengetahui. Metode penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk memetakan suatu objek secara relatif mendalam.⁵⁴

2. Jenis Penelitian

Penelitian ilmiah pada dasarnya adalah kegiatan mengamati atau observasi atas sesuatu dan melakukan interpretasi atau analisis terhadap apa yang kita amati atas sesuatu itu. Penelitian sosial dapat digunakan untuk mencapai berbagai tujuan. Setidaknya, terdapat tiga tujuan yang paling umum dan paling berguna dalam penelitian, yaitu: eksploratif, deskriptif, dan eksplanatif.

Kebanyakan riset pada ilmu sosial dilaksanakan dengan tujuan untuk mengeksplorasi suatu topik penelitian tertentu. Hal ini

⁵⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002),7.

dimaksudkan agar peneliti dapat mengenali dengan baik topik yang akan ditelitinya. Penelitian eksploratif merupakan penelitian awal yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik penelitian untuk nantinya akan diteliti lebih jauh. Jika dilakukan dengan baik, penelitian eksploratif dapat membantu menghilangkan salah pengertian dan membantu mempersiapkan penelitian di masa depan.

Selain bermanfaat untuk meneliti fenomena yang bersifat temporer, pendekatan eksploratif juga dapat diterapkan pada penelitian dengan fenomena yang bersifat lebih permanen. Penelitian eksploratif pada umumnya dilaksanakan untuk mencapai tiga tujuan:

- a. Untuk memuaskan rasa ingin tahu peneliti dan untuk memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap suatu fenomena
- b. Untuk menguji kelayakan suatu topik untuk dilakukan penelitian lanjutan, dan
- c. Untuk merencanakan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian selanjutnya.

Penelitian eksploratif memiliki kedudukan cukup penting dalam ilmu sosial khususnya untuk menghasilkan temuan-temuan baru. Pendekatan ini selalu menghasilkan berbagai gagasan mengenai topik-topik baru penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tataran analisis eksploratif. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya

pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁵

B. Lokasi penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Pondok Pesantren Al-Qodiri, yang berlokasi di Jl. Manggar 139-A Gebang Patrang Jember.

C. Subyek Penelitian

Penelitian ini dimulai oleh peneliti dengan memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang yang di pandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang di wawancarai dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Seperti, orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Informan yang terlibat dan mengetahui keadaan sosial yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengurus
2. Ustadz
3. Penasehat
4. Santri

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008),6.

D. Tehnik pengumpulan data

Tehnik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui tehnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart yang ditetapkan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematis tentang fenomena sosial serta gejala-gejala yang diselidiki. Observasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi Partisipan yaitu penelitian terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang diamati.⁵⁶ Peneliti terlibat langsung dengan kegiatan-kegiatan santri entrepreneur, serta melihat keadaan lingkungan penelitian yang akan diteliti tersebut.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Berger Wawancara dan *Interview* adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapat informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁵⁷

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 204.

⁵⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 98.

Wawancara dalam riset kualitatif, yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara secara intensif (*intensive interview*) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.

Wawancara mendalam (*depth Interview*) adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.⁵⁸ sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab atau wawancara sepihak yang dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Arikunto mengatakan bahwa interview adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interview*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara, wawancara dibedakan atas:

a. *Interview* Bebas

Interview bebas adalah dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja, tetapi juga mengingat data apa yang dikumpulkan.

b. *Interview* Terpimpin

Interview terpimpin adalah *interview* yang dilakukan pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci seperti yang dimaksud dalam *interview* tersebut.

c. *Interview* Bebas Terpimpin

Sedangkan jenis *interview* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *interview* bebas terpimpin kepada pengurus, ustadz, penasehat, dan satri dalam

⁵⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 100.

tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Berikut ini merupakan langkah-langkah analisis data lapangan.

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan merangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang mana yang dipilih. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir. Data yang dapat peneliti reduksi, yaitu data-data dari kegiatan yang dilakukan oleh para pengurus, ustadz, dan santri dalam kegiatan *entrepreneur*.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah suatu cara untuk memaparkan data secara rinci dan sistematis setelah dianalisis kedalam format yang disiapkan sebelumnya. Namun data yang disajikan ini masih dalam bentuk sementara untuk kepentingan peneliti dalam rangka pemeriksaan lebih lanjut secara cermat sehingga diperoleh keabsahannya. Jika data yang disajikan telah teruji kebenarannya dan telah sesuai, maka dapat dilanjutkan pada tahap penarikan kesimpulan sementara. Namun jika ternyata data yang disajikan belum sesuai,

maka konsekuensinya belum dapat ditarik kesimpulan, melainkan dapat dilakukan reduksi kembali, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk menjangkau data baru. Penelitian ini data yang dapat tersajikan, yaitu data-data dari jawaban informan yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal di dalam kegiatan *entrepreneur*.

3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah proses analisa data yang harus dilakukan secara terus-menerus guna menemukan validitas data kemudian peneliti membuat kesimpulan. Sebelum penarikan kesimpulan maka harus di uji keabsahan data (triangulasi sumber). Peneliti mempunyai pandangan bahwa penarikan kesimpulan, hanyalah sebagian dari satu kegiatan konfigurasi (wujud) yang utuh dari *riil* dan *realistic*.

F. Keabsahan data

Suatu hal pengukur dikatakan valid jika alat itu mengukur apa yang harus di ukur oleh alat itu. Lebih jauh lagi kemampuan menggambarkan temuan kebenaran bisa tidak tepat jika peneliti menerima pentingnya keadaan dan kebenaran. Agaknya validitas akan dinilai dengan keadaan yang terlihat secara baik dan penggambaran secara tepat data yang dikumpulkan.

Triangulasi adalah sebagai alat ukur untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengajakan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Cara meningkatkan kepercayaan penelitian adalah dengan mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain. Peneliti perlu melakukan eksplorasi untuk mengecek kebenaran data dari beragam sumber. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

Langkah yang di ambil dalam penelitian ini pemeriksaan datanya menggunakan triangulasi sumber. Berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan informasi yang berasal dari sumber lain.

Adapun langkah-langkahnya ada tiga. Pertama membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Kedua membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatanya secara pribadi. Ketiga membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Peneliti memilih teknik uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, guna mendapatkan data yang benar serta menambah pemahaman terhadap hasil penelitian.

G. Tahap-tahap penelitian

Tahap-tahap penelitian menguraikan rencana pelaksanaan oleh peneliti, dalam penelitian ini prosedur penelitian memiliki beberapa tahap antara lain :

1. Tahap Pra Lapangan
 - a. Menyusun Rencana Penelitian

Adapun dalam menyusun rencana penelitian ini peneliti menetapkan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Judul penelitian.
- 2) Latar belakang penelitian.
- 3) Fokus penelitian.
- 4) Tujuan penelitian.
- 5) Manfaat penelitian.
- 6) Kajian kepustakaan.
- 7) Metode pengumpulan data.
- 8) Menjajaki dan menilai lapangan.
- 9) Menyiapkan perlengkapan penelitian.

2. Tahap di Lapangan

Peneliti langsung mengadakan kunjungan ke lapangan guna melakukan penelitian yang sebenarnya. Peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yaitu dengan menggunakan beberapa metode yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Tahap Analisis Data

Peneliti melakukan analisis data yang telah didapat dari kegiatan peneliti serta data-data lain yang menjadi pendukung data penelitian. Setelah kegiatan penelitian selesai, peneliti mulai menyusun langkah-langkah berikutnya yaitu, Reduksi data, Display, dan melakukan penarikan kesimpulan verifikasi.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah berdirinya Pesantren Al-Qadiri Jember

Pada tahun 1973, KH. Ach. Muzakki Syah setelah *uzhlah* di gua Payudan Madura, ia kembali ke keluarganya di Gebang Poreng Kabupaten Jember Jawa Timur.⁵⁹ Selama hampir dua bulan KH. Ach. Muzakki Syah KH. Ach. Muzakki Syah mengamati perkembangan kondisi sosial keagamaan masyarakat Gebang Poreng. Kondisi itu masih sama dengan dua tahun sebelumnya, banyak pencurian, perampokan, judi dan berbagai bentuk tindakan sosial lainnya. Waktu itu, hanya ada sebuah surau kecil di pojok dusun yang mengajarkan agama sejati (agama eling) di bawah bimbingan Bapak Astumi.

Realitas masyarakat yang memprihatinkan tersebut, mendorong KH. Ach. Muzakki Syah mendirikan sebuah surau sederhana yang terbuat dari gedek (bambu yang dianyam untuk dinding). Sejak itu ia mulai istiqamah memimpin sholat lima waktu berjamaah dengan keluarga dan tetangga dekatnya.

KH. Ach. Muzakki Syah setiap malam setelah salat magrib mengajar anak-anak membaca Al-Quran. Setiap selesai shalat isya'

⁵⁹ M. Walid, *Napak Tilas Kepemimpinan KH. Ach. Muzakki Syah* (Yogyakarta: Absolute Media Offset, 2010), 59.

dilanjutkan dengan membaca dzikir manakib Syekh Abdul Qodir Jailani. Kemudian setiap selesai salat subuh mengkaji tafsir surat Yasin.

Semakin hari, masyarakat yang berjamaah di surau tersebut bertambah, bahkan ada dua orang santri yang menetap di surau itu sebagai muazddin yang kemudian dibuatkan pondok untuk tempat menginap mereka.

Pandangan KH. Ach. Muzakki Syah, esensi dari sebuah surau atau masjid bukan bangunan fisiknya, melainkan efektifitas fungsinya sebagai pusat peribadatan dan dakwah Islam, pusat aktifitas agama, pusat pembinaan umat, pusat pengokoh ukuwah Islamiyah, sarana perjuangan, pusat syiar, ta'lim, ta'dzib dan tarbiyah, pusat pertemuan serta pusat kegiatan sosial.⁶⁰

Menurut keterangan KH. Ridlwan, sejak berdirinya surau itu, nuansa sosial-keagamaan di Gebang Poreng sedikit demi sedikit mulai mengalami kemajuan, gema adzan dan dzikir puji-pujian mulai terdengar di setiap waktu menjelang salat lima waktu.

Sekitar tahun 1976, KH. Ach. Muzakki Syah bertemu dengan Abdul Jailani, sahabat karibnya semasa di pesantren al-Fatah. Sejak pertemuannya dengan Abdul Jailani yang pandai membaca kitab kuning itu, keinginan untuk mendirikan pondok pesantren semakin mantap, kemudian Abdul Jailani diajak tinggal bersamanya di Gebang untuk

⁶⁰ Ibid.,60.

untuk memijatnya, ia mengatakan pada Pusaka “perhatikan ya, saya nanti akan mendirikan pesantren dengan ribuan santri putra dan putri dari berbagai tempat, pesantren itu akan saya beri nama Al-Qodiri.

Penggunaan nama Al-Qodiri selain berdasarkan deskripsi di atas, nama tersebut juga merujuk pada makna, “*Lailatul Qodar*”. Keyakinan ini tentunya merujuk pada suatu pemahaman yang digali dari makna al-Qadar sesuai penjelasan dalam al-Qur’an, yakni;⁶²

- a. Malam penetapan Allah atas perjalanan hidup manusia kedepan, hal tersebut didasarkan pada, QS. ad-Dukhaan: 3, 4 dan 5:

Sesungguhnya Kami menurunkannya pada suatu malam yang diberkahi dan sesungguhnya Kami-lah yang memberi peringatan(3). Pada malam itu dijelaskan segala urusan yang penuh hikmah (4) (yaitu) urusan yang besar dari sisi Kami. Sesungguhnya Kami adalah Yang mengutus rasul-rasul (5).

- b. Al-Qodr berarti malam kemuliaan, karena selain terpilih sebagai malam turunnya al-Qur’an. Pendapat ini merujuk pada firman Allah, dalam QS. al-An’aam: 91:

Dan mereka menghormati Allah dengan penghormatan yang semestinya, di kala mereka berkata: “Allah tidak menurunkan sesuatupun kepada manusia.” Katakanlah: “Siapakah yang menurunkan kitab (Taurat) yang dibawa oleh Musa sebagai cahaya dan petunjuk bagi manusia, kamu jadikan kitab itu lembaran -

⁶² Ibid., 62.

lembaran kertas yang bercerai-berai, kamu perhatikan (sebahagiannya) dan kamu sembunyikan sebahagian besarnya, padahal telah diajarkan kepadamu apa yang kamu dan bapak-bapak kamu tidak mengetahui(nya) ? ”Katakannlah: Allahlah (yang menurunkannya)”, kemudian (sesudah kamu menyampaikan Al-Qur`an kepada mereka, biarkanlah mereka bermain-main dalam kesesatan.

- c. Al-Qodr bermakna “sempit”, maksudnya malam tersebut menjadi sempit, karena banyaknya para malaikat yang turun ke bumi sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Qadar: 4.

Pada malam itu turun malaikat-malaikat dan malaikat Jibril dengan izin Tuhannya untuk mengatur segala urusan. Hal serupa juga dapat dilihat pada QS. ar-Ra`d: 26

Allah meluaskan rizki dan menyempitkannya bagi siapa yang Dia kehendaki. Mereka bergembira dengan kehidupan di dunia, padahal kehidupan dunia itu (dibanding dengan) kehidupan akhirat, hanyalah kesenangan (yang sedikit)

Hingga saat ini, setiap bulan puasa di pesantren Al-Qodiri, KH. Ach. Muzakki Syah mewajibkan seluruh santri untuk tidak tidur malam sebulan penuh untuk melakukan salat malam dan *i'tikaf* agar memperoleh keistimewaan *Lailatul Qodar* dengan harapan mendapatkan barokah dan karomah yang “*masaqih*” (lengkap) sebagaimana dikatakan KH. Syaha ketika KH. Ach. Muzakki Syah masih anak-anak.

Kaitannya dalam hal ini, nama Al-Qodiri dimaksudkan:⁶³

- 1) Agar Allah SWT karunia berkah bagi lembaga ini. Sekian harapan dan keinginan para santri dan jamaah dapat diwujudkan dengan mudah, termasuk kebutuhan hajad hidup mereka, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat.
- 2) Agar pesantren tersebut mendapat berkah dan ridho Allah SWT. Lembaga ini mampu menciptakan generasi yang memberikan manfaat besar bagi masyarakat, agama, bangsa dan negara.
- 3) Agar pesantren tersebut diberi kemuliaan, karunia dan rahmat. Institusi pesantren ini berdiri kokoh bak menara menjulang tinggi yang sulit dirobohkan atau dihancurkan oleh apapun. Pesantren ini diharapkan mampu melakukan transformasi sosial secara terus-menerus.

Sebagai orang yang memiliki kemampuan dalam memprediksi tren masa depan, KH. Ach. Muzakki Syah memilih pesantren sebagai titik tolak perjuangannya. Keputusan ini, merupakan langkah taktis dan strategis, karena pesantren dalam sejarahnya terbukti telah mampu memberikan andil besar dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. KH. Ach. Muzakki Syah meyakini bahwa dunia pesantren merupakan dunia yang mewarisi nilai tradisi Islam yang banyak dikembangkan para ulama terdahulu sampai akhirnya berkembang dari masa kemasa. Oleh karena itu, tidak sulit bagi pesantren melakukan *adjustment* dan *readjustment* terhadap berbagai perubahan yang terjadi.

Pada awal berdirinya, sekitar tahun 1976 pesantren Al-Qodiri mampu menampung santri sejumlah 9 orang, semuanya berasal dari desa Paleran

⁶³ Ibid., 65.

kecamatan Puger Kabupaten Jember. Namun beberapa tahun kemudian, seiring dengan tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin tertanam kuat terhadap performa pesantren Al-Qodiri, akhirnya jumlah santri semakin bertambah.⁶⁴

Berdasarkan keterangan KH. Ma'ruf, Pesantren Al-Qodiri mengalami perkembangan pesat pada tahun 1984, dengan jumlah santri yang begitu banyak, ditambah lagi semakin besarnya jumlah jamaah dzikir manaqib Syekh Abdul Qodir Jailani, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap KH. Ach. Muzakki Syah. Kepercayaan masyarakat ini kemudian terealisasi dalam bentuk undangan pengajian akbar dengan menghadirkan beliau sebagai penceramah agama, hal ini berlaku hampir di berbagai daerah di Jawa Timur dan luar Jawa Timur.⁶⁵

Selanjutnya perkembangan ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, akhirnya pesantren Al-Qodiri mendapat tempat di hati masyarakat, santri di pesantren Al-Qodiri semakin meningkat. Tahun 1985 jumlah santri putri sudah mencapai 900 orang. Seiring dengan meningkatnya jumlah santri, sarana yang tersedia sudah tidak mampu untuk menampung para santri yang berdatangan dari berbagai daerah. Maka, sejak tahun 1986 pesantren Al-Qodiri pindah ke lokasi yang lebih luas yang memungkinkan untuk pengembangan pesantren. Kepercayaan masyarakat terhadap pesantren Al-Qodiri karena adanya beberapa faktor. Antara lain; Faktor utamanya adalah kemasyhuran, ketokohan KH. Ach. Muzakki Syah. Alasan lainnya sebagai berikut:

⁶⁴ Ibid., 66.

⁶⁵ Ibid., 67.

Pertama, keberadaan pesantren Al-Qodiri yang memberikan manfaat besar bagi masyarakat sekitarnya. Masyarakat menggambarkan pesantren Al-Qodiri laksana pohon yang baik, akarnya kokoh dan rantingnya menjulang ke langit, pohon itu memberi buah setiap musim dengan izin Allah.⁶⁶

Kedua, pesantren Al-Qodiri memiliki prinsip panca jiwa (*Asasul Khomsah*) yakni berupa keikhlasan, kesederhanaan, kemandirian, ukuwah Islamiyah dan kebebasan. Semua ini, betul-betul diterapkan secara paten oleh para santri dan masyarakat, sehingga menjadikan pesantren ini terus menjadi oase dalam setiap perubahan.⁶⁷

Ketiga, adanya relasi lintas sektoral antar kiai dengan santri, artinya relasi itu tidak sekedar bersifat fisik, tetapi juga bersifat batiniyah. Bagi santri, eksistensi KH. Ach. Muzakki Syah bukan saja sebagai guru ta'lim, tetapi juga guru *ta'dzib* dan guru tarbiyah yang tidak sekedar menyampaikan ajaran-ajaran Islam, namun juga menyalakan semangat keislaman dalam setiap jiwa santri dan bahkan mendampingi santri dalam mendekati diri kepada Allah (*taqarrub ilallah*).

Seiring dengan perkembangan jamaah manaqib Syekh Abdul Qodir Jailani yang dipimpin langsung oleh KH. Ach. Muzakki Syah, maka para pemimpin manaqib lain yang berhubungan dekat dengan pesantren Al-Qodiri, akhirnya juga mendirikan lembaga sosial keagamaan baik yang berupa pesantren, sekolah maupun surau yang diberi nama Al-Qodiri.

⁶⁶ Ibid., 68.

⁶⁷ Ibid., 69.

2. Perkembangan Pesantren Al-Qodiri Jember

Pondok Pesantren Al-Qodiri menempati tanah seluas 28 hektar dengan jumlah santri putra putri sekitar 4000 orang lebih. Adapun Al-Qodiri membuat beberapa cabang untuk menampung banyaknya santri.⁶⁸ Faktor lain yang membuat pesantren ini berkembang pesat, yakni para alumni yang mendirikan lembaga pendidikan dengan nama Al-Qodiri.

a. Cabang-cabang Pesantren Al-Qodiri

Saat ini menurut database yang ada di Pesantren Al-Qodiri pusat (disebut juga Al-Qodiri 1 Jember) lembaga pendidikan yang beraviliasi pada Al-Qodiri Jember berjumlah sekitar 341 lembaga dan tersebar di berbagai daerah baik di tanah air maupun di luar negeri, diantara mereka ada yang langsung menggunakan nama Al-Qodiri II, III sampai dengan XX, juga ada yang menggunakan nama Barakatul Qodiri, Nurul Qodiri, Nahdlotul Qodiri, Karomatul Qodiri, Hikmatul Qodiri, Misbahul Qodiri, Miftahul Qodiri, Habibul Qodiri, dan semacamnya.⁶⁹

Menarik untuk dicatat adalah semua lembaga tersebut dapat berkembang pesat di daerahnya masing-masing bahkan ada yang melampaui lembaga-lembaga lain yang lebih dulu berdiri. Salah satu contoh adalah pesantren Barakatul Qodir di bawah pimpinan KH. Junaidi Al-Baghdadi, salah satu murid KH. Ach. Muzakki Syah yang menjadi imam dzikir manaqib Syekh Abdul Qodir Jaiani di Jakarta, saat ini santri

⁶⁸ Ibid., 83.

⁶⁹ Ibid., 84.

dan jamaahnya berjumlah ratusan ribu orang yang tersebar luas di kawasan Jabotabek, Jawa Barat dan Sumatera.

Adapun alasannya karena kecintaannya kepada sang guru sangat tinggi dan konstan. KH. Junaidi Al-Baghdadi boleh dibilang istimewa, majelis dzikir dan pengajian yang digelarnya ternyata juga dibanjiri jutaan umat hampir menyamai KH. Ach. Muzakki Syah dan diantara umat itu hampir 60% terdiri dari kalangan terdidik, pejabat tinggi, pengusaha elit dan para artis ibu kota. Namun demikian, kenyataan ini tidak membuatnya sombong dan lupa diri, sebaliknya KH. Junaidi Al-Baghdadi justru semakin meningkatkan kecintaan dan ketawadluannya pada KH. Ach. Muzakki Syah.

Kecintaan dan ketawadluannya yang sedemikian tinggi pada sang guru itulah yang menjadi faktor utama bagi KH. Junaidi Al-Baghdadi memperoleh banyak karomah dan memperoleh posisi istimewa di hati masyarakat. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW bersabda “Barang siapa bersikap tawaduk maka derajatnya akan diangkat oleh Allah”.

b. Mendirikan Sekolah Umum

Ketika perkembangan pendidikan menuntut penyesuaian dengan kebutuhan riil masyarakat. KH. Ach. Muzakki Syah mengantisipasi secara tepat, misalnya melihat masyarakat yang tidak hanya membutuhkan ilmu pengetahuan, namun juga sangat membutuhkan ijazah sebagai legalitas formal.⁷⁰

⁷⁰ Ibid., 85.

menyelesaikan masalah tersebut. Menurutnya, sangat berbahaya dan sangat disayangkan bila seseorang hanya mampu menguasai teknologi namun mereka lemah dibidang nilai-nilai agama, hanya otaknya yang cerdas taapi hatinya kering dengan nilai-nilai Islami.

Berbagai pertimbangan dan melihat respon masyarakat yang apresiatif terhadap sekolah umum yang terdapat di pesantren al-Qodiri, maka KH. Ach. Muzakki Syah pada tahun 2001, membuka program S1 Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Qodiri (STAIQOD), tahun 2006 membuka Program Pasca Sarjana (S2) dengan konsentrasi Magister Manajemen.

Lembaga pendidikan yang terus berkembang di pesantren Al-Qodiri, bukan tidak mungkin di masa mendatang pesantren ini menjadi alternatif yang menjanjikan terutama ditengah merosotnya mutu sistem pendidikan nasional yang cenderung lebih menekankan pada *education for the brain* dan mengabaikan *education for the heart*. Pesantren pada gilirannya dapat dipastikan akan menghasilkan *over educated society*.⁷²

Pesantren Al-Qodiri kemudian menjadi lembaga pendidikan alternatif. Lembaga pendidikan yang memadukan pendidikan integralistik, humanistik, pragmatik, idealistik dan realistik. Pusat rehabilitasi sosial, sebagai pencetak manusia yang punya keseimbangan trio cerdas, yakni kecerdasan intelektual (IQ), kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ).

d. Mendirikan lembaga *public servis*

⁷² Ibid., 88.

Semua orang panik lari pontang-panting berupaya menyelamatkan diri dan tidak sedikit yang tenggelam dan hanyut, ditengah kepanikan itu KH. Yazid melihat KH. Ach. Muzakki Syah membawa perahu nabi Nuh as, sambil berteriak, “wahai kalian semua, kemarilah! Siapapun yang ingin selamat ikutlah denganku bersamaku menaiki perahu ini”. Kata Maulana Ishaq, banjir bah menurut tafsir KH. Yazid adalah peradapan hidup modern yang serba kacau dan tidak menentu, sementara perahu Nabi Nuh as adalah majelis dzikir manaqib KH. Ach. Muzakki Syah.

Kini pesantren Al-Qodiri telah terjadi pelebaran fungsi multi dimensi yang terus berkembang ke arah model pembangunan yang berpusat pada masyarakat (*people centered development*), pusat pembangunan yang berorientasi pada nilai (*value oriented development*), penguatan lembaga (*institution empowerment*) dan kemandirian (*self reliance and sustainability*).⁷⁴

Berbagai *trend* baru yang terus bergerak, pesantren Al-Qodiri pada gilirannya mampu menempatkan dirinya pada posisi sentral sebagai pusat pencerahan, pusat penyuluhan kesehatan, pusat pengembangan teknologi tepat guna, pusat usah menyelamatkan dan melestarikan lingkungan hidup, pusat emansipasi wanita, pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berbagai prestasi tersebut sesungguhnya sangat pantas jika pesantren Al-Qodiri ini mendapat penghargaan “Kalpataru” atau “Aga Khan”.⁷⁵

⁷⁴ Ibid., 90.

⁷⁵ Ibid., 91.

3. VISI DAN MISI PESANTREN AL-QODIRI JEMBER

a. VISI

“Menjadi lembaga pendidikan yang dibangun atas dasar komitmen yang kokoh sebagai pusat pencerahan aqidah, penguatan syari’ah”.

b. MISI

- 1) Mengembangkan pembiakan embrio SDM berkualitas & integratif.
- 2) Memberikan kontribusi terhadap pembangunan masyarakat khususnya dalam memperkuat landasan spiritual, moral dan kematangan emosional.
- 3) Sebagai pusat rehabilitasi sosial yang melayani hajat semua orang secara efektif, efisien, bermartabat dan berbudaya.
- 4) Mencetak manusia dengan keseimbangan trio cerdas, yakni kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual.

Rencana untuk menyediakan sarana pendidikan yang memadai, pesantren Al-Qodiri secara bertahap terus meningkatkan pengadaan sarana dan prasarana guna menunjang optimalnya proses pembelajaran dan pendidikan. Sampai saat ini sarana dan prasarana yang dimiliki pesantren Al-Qodiri Jember antara lain sebagai berikut:

1. Masjid putra dan masjid putri, yang keduanya merupakan tempat ibadah khususnya sholat para santri, dan juga berfungsi sebagai tempat dzikir bagi jama’ah manaqib, baik yang tiap malam Jum’at (mingguan) maupun tiap Jum’at manis (bulanan)

2. Asrama santri putra dan putri, berupa bangunan lantai dua (2), terdiri dari 264 kamar yang menampung 2065 santri putra dan putri.
3. Perpustakaan pesantren berupa bangunan lantai dua (2), terdiri dari 6 lokal.
4. Koperassi dan warung santri, untuk kebutuhan santri dan jama'ah dzikir manaqib.
5. Kantor pengurus, berupa bangunan lantai dua (2) yang sekaligus merupakan pusat administrasi PP. Al-Qodiri I Jember.
6. Perumahan pengurus dan asatidz, terdiri dari 20 lokal.
7. Wisma tamu, berupa bangunan lantai dua (2) terdiri dari 4 lokal untuk penginapan para tamu yang datang dari jauh.
8. Gedung sekolah, ada beberapa gedung yang digunakan untuk proses belajar dan mengajar antara lain:
 - a. Taman Kanak-Kanak, terdiri dari 5 lokal
 - b. Madrasah Diniyah, terdiri dari 32 lokal
 - c. Sekolah Dasar Plus, terdiri dari 8 lokal
 - d. Madrasah Tsanawiyah, terdiri dari 12 lokal lengkap dengan perpustakaan dan laboratorium komputer.
 - e. Madrasah Aliyah, terdiri dari 15 lokal lengkap dengan perpustakaan, laboratorium IPA, laboratorium bahasa, serta laboratorium komputer.
 - f. Gedung STAIQOD terdiri dari 12 lokal lengkap dengan perpustakaan dan laboratorium komputer.
 - g. Gedung Tahfidz Al-Qur'an 1 lokal
 - h. Kediaman (dalem) Kyai atau pengasuh 1 lokal.

B. Penyajian Data dan Analisis

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian, maka berikut ini akan menjadi sajian secara lengkap setelah dilakukan analisa dengan menggunakan metode kualitatif eksploratif. Agar penyaji lebih terarah, maka disesuaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Komunikasi *Interpersonal Self Disclosure* Santri *Entrepreneur* Al-Qodiri Jember

Melihat kondisi lingkungan Pesantren Al-Qodiri Jember, banyak para santri sibuk dengan tugasnya masing-masing. Sebagian dari mereka ada yang bertugas mengurus Koperasi Pesantren. Peneliti memilih beberapa informan, santri yang menjadi *entrepreneur* di Koperasi Pesantren Al-Qodiri, yaitu santri yang sudah lebih dari 3 tahun telah melakukan kegiatan kewirausahaan.

Entrepreneur merupakan salah satu bidang yang sukses merebut perhatian banyak orang. Sebagai bidang dalam ekonomi memberikan banyak pengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Responden dapat memberikan gambaran seberapa mampu informan dalam melakukan komunikasi terhadap pembeli di Koperasi Pesantren Al-Qodiri.

Hubungan seseorang dengan orang lain harus melalui proses pengenalan terlebih dahulu. Pengenalan seseorang dapat mengeksplorasi segala hal yang berkaitan dengan maksud dan tujuannya. Pengenalan terhadap *entrepreneur*, merupakan awal dari pemahaman dan dapat

dilihat dari seberapa mampu informan melakukan komunikasi terhadap pembeli, agar pembeli mendapat informasi barang yang di butuhkan.

Seperti apa yang diungkapkan Nasiruddin, senior pengelola Koperasi Pesantren Al-Qodiri:

“Saya biasanya memberi tahu kalau ada produk baru yang kami jual, dari situ biasanya saya dapat memberitahu manfaat produk baru itu, sehingga saya dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik dan membeli produk itu.”⁷⁶

Pertanyaan yang sama Yudi Efendi, senior pengelola Koperasi Pesantren Al-Qodiri, juga menyatakan sebagai berikut :

“Kadang-kadang kami kehabisan stok atau barang yang di cari pembeli tidak ada, maka kami memberi informasi bahwa barang yang mereka butuhkan tidak ada.”⁷⁷

Pendapat yang mengatakan bahwa kemampuan berkomunikasi itu sangat penting, memiliki keterbukaan, perilaku positif, dan perilaku suportif, hal ini di ungkapkan oleh Muhammad Andi Januar Arief:

“Kalau komunikasi dalam hal jual beli ya penting, kalau enggak ada komunikasi, bagaimana kita bisa promosi kepada konsumen atau pelanggan dengan baik”.⁷⁸

Hubungan antara santri *entrepreneur* dapat dilihat dari konsumen yang setiap hari datang dan membeli barang yang dijual. Hasil wawancara yang didapat menunjukkan bahwa informan dapat meningkatkan penjualan barang, hal itu dapat dicapai dengan kemampuan komunikasi yang efektif dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak.

⁷⁶ Nasiruddin. Wawancara, 21 Mei 2016.

⁷⁷ Yudi Efendi. Wawancara, 27 Mei 2016.

⁷⁸ Muhammad Andi Januar Arief. Wawancara, 4 Juni 2016.

Seperti yang diungkapkan oleh Agus Habibi, junior pengelola koperasi Pesantren Al-Qodiri :

“Selama saya mengelola koperasi ini, saya selalu meningkatkan kemampuan komunikasi saya agar lebih baik dalam menginformasikan produk yang kami jual, karena dari komunikasi yang baik itu pula konsumen enggak akan sungkar untuk kembali belanja di koperasi ini.”⁷⁹

Serupa dengan pernyataan di atas, Abdurrahman mengungkapkan sebagai berikut:

“Sebenarnya kemampuan untuk komunikasi dalam bidang seperti koperasi ini sangat penting, terlebih dalam menghadapi pembeli, kan namanya penjual ya harus ramah dan dapat penyampaian informasi sebaik mungkin.”⁸⁰

Pendapat senada yang diungkapkan Rafaid, menyatakan sebagai berikut:

“Saya tidak ingin pelanggan saya berpaling dari saya, hanya karena komunikasi saya dalam menginformasikan dan melayani konsumen yang kurang baik. Apa lagi sampek konsumennya pada kabur, bagaimana kami bisa meraup keuntungan kalau begitu.”⁸¹

Setiap informan memiliki kemampuan untuk dapat memberi informasi barang dagangannya, hal itu termasuk dalam kebutuhan *entrepreneur* untuk meningkatkan kemampuan komunikasi terhadap konsumen. Hasil wawancara dengan informan, mereka juga memiliki agenda promosi produk yang rutin mereka lakukan dengan membuka tenda setiap satu bulan sekali.

Seperti pendapat dari informan Nasiruddin, yang mengatakan:

“Selain konsumen yang pada hari-hari biasa datang ke koperasi pesantren, untuk hari jum'at manis kami mendirikan 2 tenda untuk bisa

⁷⁹Agus Habibi. Wawancara, 17 Juni 2016.

⁸⁰Abdurrahman. Wawancara, 23 Juli 2016.

⁸¹Rafaid. Wawancara, 13 Agustus 2016.

lebih dekat dengan konsumen, dari situ kami lebih mudah menemui konsumen yang sekaligus dalam agenda kita untuk promosi (memberikan informasi) tentang barang dagangan kami”.⁸²

Pendapat senada juga diungkapkan Rafaid, sebagai berikut:

“*Entrepreneur* kan kegiatan wajibnya menjual, jadi waktu kita menjual itu sebenarnya harus memiliki kemampuan untuk menginformasikan barang yang kita jual beserta manfaatnya. Hal ini harus dilakukan, karena agar konsumen mengerti apa manfaat atau cara pakai produk yang kita jual, info yang kita berikan kepada mereka. Ketika kami membuka tenda, kami merasa tidak hanya konsumen yang datang ke koperasi kita, tetapi kita yang datang kepada mereka.”⁸³

Secara umum komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi terjadi pengenalan antara dua individu, setelah mengetahui tentang data-data informan *entrepreneur* sesuai dengan rumusan masalah, peneliti melanjutkan pertanyaan kepada beberapa informan tentang bagaimana komunikasi *interpersonal self disclosure* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dalam melakukan kegiatan kewirausahaan.

Komunikasi *interpersonal self disclosure*, dimana komunikator memberikan suatu ungkapan dan tindakan informasi kepada komunikan, melalui ungkapan dan tindakan tersebut terciptalah sebuah keterbukaan informasi. Peneliti menanyakan kepada beberapa informan tentang komunikasi *interpersonal self disclosure* kepada informan selama menjadi santri *entrepreneur*.

Seperti yang diungkapkan oleh Agus Habibi, sebagai berikut:

⁸² Nasiruddin. Wawancara, 21 Mei 2016.

⁸³ Rafaid. Wawancara, 13 Agustus 2016.

“Sebagai pelaku *entrepreneur*, saya tidak boleh pasif dalam hal komunikasi. Karena dari diklat yang saya ikuti sebelum saya mengelola koperasi pesantren ini, saya di ajarkan untuk bisa berkomunikasi dengan baik dan aktif untuk menginformasikan barang yang saya jual dan melayani konsumen yang akan saya temui.”⁸⁴

Pernyataan senada di ungkapkan oleh Nasiruddin, sebagai berikut:

“Kalau komunikasi *interpersonal self disclosure* itu kan seperti kita memberi informasi, kita bertemu dengan konsumen secara langsung, sehingga informasi atau pesan yang kita sampaikan lebih mengena, dan dengan begitu kita tahu kondisi konsumen pada saat yang bersamaan.”⁸⁵

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Abdurrahman, sebagai berikut:

“Ketika memberi informasi kita dapat mempengaruhi konsumen, informasi akan lebih mengena kalau secara langsung. Karena kita dapat mengetahui secara langsung kondisi konsumen, sehingga dengan mudah kita untuk memberi informasi kepada mereka. Jadi komunikasi *interpersonal self disclosure* sangat di butuhkan *entrepreneur* untuk menginformasikan barang.”⁸⁶

Hasil wawancara menunjukkan komunikasi *interpersonal self disclosure* sering dilakukan informan, agar informasi yang disampaikan menjadi sebuah keterbukaan, maka informan memilih untuk dapat lebih terbuka memberi informasi barang yang dijual kepada konsumen, dan konsumen bisa langsung memahami yang diinformasikan oleh komunikator.

2. Komunikasi *Interpersonal Social Penetration* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri

Komunikasi *interpersonal social penetration* yaitu di mana orang memulai dengan pengenalan dengan orang lain. *Sosical penetration* merupakan proses yang bertahap dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab, dan terus

⁸⁴ Agus Habibi. Wawancara, 17 Juni 2016.

⁸⁵ Nasiruddin. Wawancara, 21 Mei 2016.

⁸⁶ Abdurrahman. Wawancara, 23 Juli 2016.

berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi dan akrab.

Hasil wawancara yang diungkapkan oleh beberapa informan mengenai komunikasi *interpersonal social penetration* santri *entrepreneur* di Al-Qodiri Jember yang dilakukan dalam kegiatan kewirausahaan. Peneliti juga menayakan kepada santri *entrepreneur* yang aktif dalam meningkatkan kemampuan komunikasinya. “Bagaimana komunikasi seorang *entrepreneur* kepada konsumen?”

Seperti yang diungkapkan Nasiruddin pengelola koperasi pesantren, sebagai berikut.

“Hubungan dengan konsumen sudah sangat baik, setiap hari bisa bertatap muka, mereka kesini itu untuk membeli barang yang saya jual, sudah sepantasnya saya harus menjaga hubungan itu agar mereka terus menerus membeli barang yang saya jual. Komunikasi yang kita bangun membuat hubungan kami dengan mereka menjadi akrab, ya seperti saudara, jadi ada saja yang bisa jadi bahan pembicaraan pada waktu mereka kesini. Dengan begitu komunikasi kami dengan konsumen sudah dapat dipastikan akrab sekali.”⁸⁷

Pendapat yang sama diungkapkan Yudi Efendi pengelola koperasi pesantren, sebagai berikut:

“Interaksi langsung sangatlah penting dilakukan dengan konsumen. Sehingga kita dapat langsung bertukar pesan dengan konsumen. Biasanya ada konsumen yang tidak begitu hafal tempat barang yang hendak di beli, maka mereka bertanya pada kami tempat barang kehendaki itu, dan kami langsung menunjukkan tempat dimana barang itu di letakkan atau kami langsung mengantarnya.”⁸⁸

⁸⁷Nasiruddin. Wawancara, 21 Mei 2016.

⁸⁸Yudi Efendi. Wawancara, 27 Mei 2016.

Rafaid, santri *entrepreneur* merasa adanya komunikasi di dalam kegiatan *entrepreneur* sangatlah penting, berikut penuturannya:

“Ya harus bisa menjalin hubungan baik dengan konsumen, supaya konsumen selalu tertarik dengan barang yang kita jual. Melalui hubungan baik itu kita dapat berinteraksi dan kita bisa tahu apa yang menjadi kebutuhan mereka. Nah menurut saya interaksi yang saya bangun dengan konsumen sangat penting dan bermanfaat untuk kewirausahaan yang saya kelola.”⁸⁹

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Abdurrahman, sebagai berikut:

“Kelebihan yang dapat saya ambil dari hubungan akrab dengan konsumen, kita dapat mengoreksi apa yang menjadi kekurangan di koperasi ini, sehingga saya dapat memperbaiki barang yang saya jual.”⁹⁰

Beberapa hasil wawancara dengan informan komunikasi *interpersonal social penetration* santri *entrepreneur* di Al-Qodiri Jember aktif berkomunikasi secara bertahap. Mulai dari basa-basi tidak akrab menjadi tingkatan hubungan yang lebih akrab.

3. Komunikasi *Interpersonal Social Exchange*

Komunikasi *Interpersonal Social Exchange* hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan di antara dua orang atau lebih. Komunikasi ini menelaah bagaimana kontribusi seseorang dalam suatu hubungan, mengevaluasi hubungannya dengan orang lain dan mempertimbangkan konsekuensinya, khususnya terhadap keuntungan yang diperoleh dan upaya yang telah dilakukan.

Hubungan yang dibangun informan terhadap konsumen merupakan salah satu dari proses komunikasi, yaitu efek yang terjadi pada konsumen dari

⁸⁹Rafaid. Wawancara, 13 Agustus 2016.

⁹⁰Abdurrahman. Wawancara, 23 Juli 2016.

“*Entrepreneur* menuntut saya untuk sering berkomunikasi secara efektif dengan konsumen maupun *supplier*. Setiap transaksi dapat menumbuhkan rasa persaudaraan, ada hubungan yang akrab dengan cara komunikasi kami. Silaturahmi juga dapat tetap terjaga, membuat saya merasa banyak hal yang mengesankan dari komunikasi yang yang saya bangun dengan mereka”⁹³.

Sedangkan menurut Rafaid mengungkapkan, sebagai berikut:

“Komunikasi santri *entrepreneur* dengan konsumen atau *supplier*. Komunikasi yang dilakukan dengan keterbukaan, agar dalam setiap transaksi dilakukan dengan jujur dan ikhlas niatkan untuk ibadah.”⁹⁴

Pendapat juga diungkapkan Abdurrahman, sebagai berikut:

“Semenjak saya menjadi santri *entrepreneur*, saya merasa kemampuan saya dalam berkomunikasi semakin bagus, semakin banyak yang kenal, karena saya semakin aktif meningkatkan kualitas hubungan saya dengan konsumen dan *supplier*, sekaligus saya bersyukur atas kepercayaan mereka kepada kami dan semoga kami selalu bertanggung jawab dengan amanah ini.”⁹⁵

Kemudian peneliti menayakan lagi kepada ketua koperasi pesantren

Al-Qodiri Muhammad Andi Januar Arif, yang mengatakan:

“Kemampuan komunikasi santri *entrepreneur* tidak hanya berbicara saja, tetapi juga di barengi dengan tindakan perilaku ekspresif (bahasa tubuh, mimik wajah, intonasi suara yang spontan) saat menawarkan barang secara tatap muka langsung dengan konsumen, serta kemampuan negosiasi dengan *supplier*. Karena komunikasi tatap muka cukup penting ya, selain untuk tahu ekspresi kita juga langsung bisa mengevaluasi hubungan kita dengan konsumen dan *supplier*.”⁹⁶

Pendapat senada juga diungkapkan Nasiruddin, mengenai komunikasi

Interpersonal Social Exchange, sebagai berikut:

“Komunikasi *Interpersonal Social Exchange* memang semakin penting untuk sering dilakukan, karena dapat untuk mengevaluasi hubungan pertemanan atau bahkan persaudaraan santri *entrepreneur* dengan konsumen dan *supplier*, serta dapat mempertimbangkan

⁹³Yudi Efendi. Wawancara, 27 Mei 2016.

⁹⁴Rafaid. Wawancara, 13 Agustus 2016.

⁹⁵Abdurrahman. Wawancara, 23 Juli 2016.

⁹⁶Muhammad Andi Januar Arief. Wawancara, 4 Juni 2016.

Persepsi informan terhadap komunikasi *Interpersonal Social Penetration* santri *entrepreneur* merupakan komunikasi yang timbul dari proses pengenalan satu dengan yang lainnya. Mulai dari tahap komunikasi basa-basi yang tidak akrab, kemudian dilanjutkan menjadi lebih akrab dengan konsumen dan *supplier*.

Analisis di atas, berdasarkan persepsi informan terhadap komunikasi *Interpersonal Social Penetration*, santri *entrepreneur* berkomunikasi dengan konsumen dan *supplier* yang terjadi setiap harinya, merupakan hubungan yang berawal dari perkenalan komunikator dan komunikan, maka seorang manusia pasti berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain seumur hidupnya. Silaturahmi masih diutamakan, hubungan akrab akan terjalin antar satu dengan yang lain, maka secara bertahap mereka akan menuju tingkat hubungan yang lebih akrab.

Komunikasi *Interpersonal Social Penetration*, lebih menjalin hubungan timbal balik yang akrab dengan konsumen dan *supplier*, menumbuhkan rasa persaudaraan serta menjaga hubungan tersebut dengan pelayanan yang ramah dan akrab.

Adapun hasil temuan penelitian Siti Lutfiyah, yaitu pengetahuan tentang kewirausahaan bagi mahasiswa PAI dengan membekali mahasiswa agar terampil dalam berwirausaha, memiliki jiwa wirausaha, memberikan penanaman mental dalam diri mahasiswa dan sebagai bekal pengetahuan bagi mahasiswa lulusan PAI yang nantinya dapat diaplikasikan dalam kehidupan

oleh mahasiswa. Adapun mahasiswa dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, tidak hanya menunggu lapangan pekerjaan dari orang lain.

3. Komunikasi *Interpersonal Social Exchange*

Komunikasi senantiasa menimbulkan konsekuensi yang dialami satu pihak atau semua pihak yang berkomunikasi. Komunikasi yang berorientasi kepada hubungan untuk mengevaluasi dan mempertimbangkan konsekuensi, khususnya keuntungan yang akan di peroleh dan upaya yang akan dilakukan dalam hubungan tersebut.

Kesamaan percakapan antara pelaku komunikasi melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya. Proses komunikasi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar pihak yang berkomunikasi. Hasil wawancara dengan informan menunjukkan komunikasi *Interpersonal Social Exchange* mensyaratkan hubungan mereka yang terjalin dapat menguntungkan dengan upaya yang telah dilakukan. Komunikator dapat meningkatkan kualitas hubungan yang efektif kepada komunikan, maka komunikan akan tetap menjalin kerjasama maupun menjadi pelanggan di Koperasi Pesantren Al-Qodiri.

Informan mengatakan bahwa komunikasi *Interpersonal Social Exchange* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri, lebih sering dilakukan agar tercipta hubungan komunikasi yang berkualitas. Rasa persaudaraan tetap terjaga dan komunikasinya lebih terjalin dengan baik.

Menurut informan *Interpersonal Social Exchange* sangat penting untuk mempertimbangkan konsekuensi dalam suatu hubungan. Keakraban yang

sudah terbangun dapat dievaluasi oleh pelaku komunikasi. Kekurangan dari hubungan dapat didiskusikan antara komunikator dan komunikan.

Demikian dari beberapa data informan yang dapat diketahui bahwa santri *entrepreneur* mampu memberikan informasi tentang barang yang dijual, komunikasi juga meningkatkan kualitas hubungan antara santri *entrepreneur* dengan konsumen dan *supplier*. Komunikasi sangat penting dilakukan untuk menjaga kualitas hubungan.

Adapun hasil dari penelitian Jonatan Ade Putra Sitanggang, menemukan bahwa semakin bertambahnya usia karyawan maka semakin besar pula *self employment intention*. Semakin meningkatnya *perceived feasibility (self efficacy) of self employment*, terutama pada pekerja yang bekerja di badan usaha milik swasta. Perusahaan harus lebih memperhatikan kondisi usia pekerja, tingkat pendidikan karyawan dengan memberikan jenjang karir yang pasti dan terencana, memberikan penghargaan (*rewods*), melakukan pengembangan kemampuan karyawan dengan memberi pelatihan-pelatihan (*trainee*) yang tepat agar sesuai dengan kompetensi yang diharapkan guna meningkatkan kopetensi, pemberian intensif yang sesuai dan pembekalan-pembekalan mengenai perencanaan masa pensiun kepada karyawan yang mendekati masa pensiun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dilapangan, kemudian dianalisis melalui eksplorasi dan diskusi. Adapun gambaran tentang penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menemukan kesimpulan atau temuan penelitian sebagai berikut:

1. Komunikasi *Interpersonal Self Disclosure* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Dalam komunikasi *Interpersonal Self Disclosure* santri *entrepreneur*, dimana komunikator (santri *entrepreneur*) memberikan suatu informasi kepada komunikan (konsumen dan *supplier*) melalui ungkapan dan tindakan. Asumsi-asumsi tersebut merupakan sebuah keterbukaan informasi dari komunikator kepada komunikan. Hasil analisis di atas, informan mengatakan bahwa informasi yang disampaikan lebih baik dengan ungkapan dan tindakan secara langsung.

2. Komunikasi *Interpersonal Social Penetration* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Dalam komunikasi *Interpersonal Social Penetration* santri *entrepreneur* lebih sering aktif menjalin hubungan yang akrab dengan konsumen maupun *supplier*. Berinteraksi dengan konsumen dan *supplier* sering dilakukan secara bertahap, dimulai dari perkenalan basa-basi yang tidak akrab, hingga meningkat menjadi rasa persaudaraan yang sangat akrab.

3. Komunikasi *Interpersonal Social Exchange* santri *entrepreneur* di Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Komunikasi *Interpersonal Social Penetration* disini ialah komunikasi *interpersonal* santri *entrepreneur* yang berorientasi pada hubungan yang dapat dievaluasi dan dipertimbangkan konsekuensinya. Maka informan dapat mengetahui kekurangan dari suatu hubungan dengan konsumen dan *supplier*, kemudian menjaga hubungan tersebut dan merubahnya menjadi hubungan kerja sama yang menguntungkan.

B. Saran – Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas maka penulis berharap:

1. Santri *entrepreneur* di pesantren Al-Qodiri Jember diharapkan dapat terus meningkatkan kemampuan komunikasi sesuai ajaran agama islam, agar tercipta kondisi yang mengesankan ketika bertransaksi dengan konsumen maupun *supplier*.
2. Tetap mempertahankan sifat suportif seperti keterbukaan dan kejujuran dalam setiap transaksi jual beli. Serta menjaga hubungan dengan konsumen dan *supplier*, agar koperasi pesantren Al-Qodiri lebih berkembang lagi.
3. Saran untuk penelitian lebih lanjut, kepada semua pihak yang akan membuat penelitian dengan mengangkat kasus sejenis, diharapkan mampu untuk memberikan dan menyajikan hasil yang lebih mendetail dan lebih lengkap lagi. Agar hasil penelitian dapat dipergunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang telah ada. Penelitian yang lebih lanjut, diharapkan pula untuk bisa lebih mewakili kebutuhan dari semua pihak yang bersangkutan.

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL SANTRI *ENTREPRENEUR* DI PONDOK
PESANTREN AL-QODIRI JEMBER
SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:
TAKRID MEY DINDA WATI
NIM: 082 121 067

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
SEPTEMBER 2016**

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL SANTRI *ENTREPRENEUR* DI PONDOK
PESANTREN AL-QODIRI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

TAKRID MEY DINDA WATI

NIM: 082 121 067

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
SEPTEMBER 2016**

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	21
1. Komunikasi	21
2. Entrepreneur	24
3. Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	32
4. Tujuan Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	35
5. Efektifitas Komunikasi Interpersonal (Antarpribadi)	36
6. Teori Hubungan Interpersonal (Antarpribadi)	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data	48
G. Tahap-tahap Penelitian	49

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian 51
B. Penyajian Data dan Analisis 67
C. Pembahasan Temuan 76

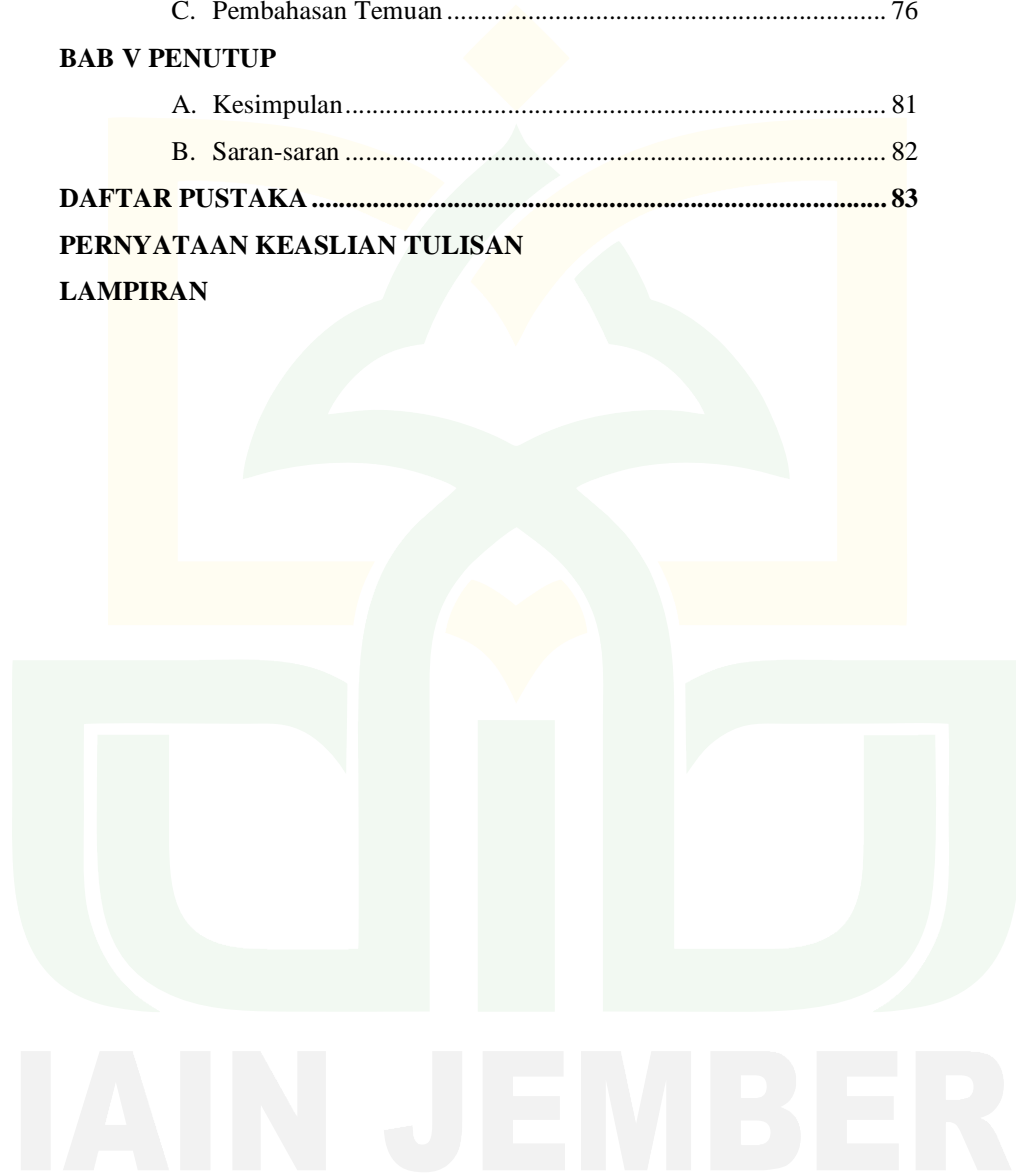
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 81
B. Saran-saran 82

DAFTAR PUSTAKA 83

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LAMPIRAN



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayodya, Wulan. 2013. *Siswa Juga Bisa Jadi Pengusaha*. Jakarta: Erlangga.
- Badri, E dan Munawiroh. 2007. *Pergeseran Literatur Pesantren Salafiyah*. Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang dan Diklat, Departemen Agama.
- Barnawi dan Mohammad Arifin. 2012. *Schoolpreneurship; Membangkitkan Jiwa dan Sikap Kewirausahaan Siswa*. Jakarta: Ar – Ruzz Media.
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer I*. Yogyakarta: Andi.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Depag RI. 2000. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Diponegoro.
- Dhofier, Zamakhsyari. 2011. *Tradisi Pesantren*. Jakarta: LP3ES.
- Edwin O. Haroldsen, Reed H. Blake. 2003. *Taksonomi Konsep Komunikasi*, urabaya: Papyrus.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, Lutfi. 2013. *Pesantren Transformatif* . Jember: STAIN Jember.
- Halim, A, dkk. 2005. *Manajemen Pesantren*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.

- Hefni, Harjani. 2015. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif–Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, Najamuddin. 2013. *Cara Dagang Ala Rasulullah untuk Para Entrepreneur*. Jogjakarta: DIVA press.
- Mufid, Muhamad. 2010. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M Thaha Tuanaya, Malik, dkk. 2007. *Modernisasi Pesantren*. Jakarta: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama.
- Nasution, Zulkarimen. 2007. *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- S.T. Kansil, Christine. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Walid, M. 2010. *Napak Tilas Kepemimpinan KH. Ach. Muzakki Syah*. Yogyakarta: Absolute Media Offset.
- Winardi, J. 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.
- Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi Teori Dan Praktek*. Jakarta selatan: Selamba Humanika.

SKRIPSI

Siti Lutfiyah, *“Urgensi Mata Kuliah entrepreneurship bagi perubahan paradigma mental buruh mahasiswa pai stain jember tahun akademik 2013/2014”*, (Skripsi, Jurusan Tarbiyah Stain Jember, 2014)

Siti Kholifatul Sa’diyah, *“Pengaruh Entrepreneurship Terhadap Pembentukan Jiwa Entrepreneur pada Mahasiswa STAIN Jember”*,(Skripsi, Jurusan Tarbiyah Stain Jember, 2014)

Muizeh Romlah, *“Upaya Penanaman Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa IAIN Jember dalam Menghadapi AEC (ASEAN Economic Community) 2015”*, (Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Jember ,2015)

INTERNET

<https://www.google.co.id/JonathanAdePutraSitanggang.pdf> (diakses pada 14 Agustus 2016 jam 09:34 WIB)

<https://core.ac.uk/download/files/379/11723384.pdf> (diakses pada 14 Agustus 2016 jam 10:18 WIB)

IAIN JEMBER

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji syukur bagi Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, dan karunia-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rosulullah Saw. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat kelak. Amin.

Setelah melalui proses yang panjang, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Strata satu. Adapun terselesainya skripsi ini tidak terlepas berkat bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Maka sepatasnya penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.,
2. Bapak Dr. Ahidul Asror, M. Ag sebagai Dekan Fakultas Dakwah.,
3. Ibu Siti Raudlatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga.,
4. Bapak Haryu Islamuddin, M.Si selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan.,
5. Bapak Maskud, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama.,
6. Ibu Nurul Widyawati I.R., M.Si sebagai ketua Jurusan Manajemen dan Kepenyiaran Islam.,

MOTTO

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang mu'min itu bersaudara karena itu damaikanlah diantara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat.*” (Al-Hujuraat (49) : 10).¹

IAIN JEMBER

¹ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro, 2000), 516.

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

1. Kedua orang tua tercinta (Abah Moh. Fadlan dan Mama Muti'ah) yang selalu memberikan dorongan moral, spiritual dan limpahan kasih sayang kepada anak-anaknya.,
2. Keluarga besar Abdul Majid yang telah memberiku motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.,
3. Saudara-saudaraku tercinta (Kakak Nuwaf al-Atef, Mas Huda, Mbak Dewi, Adek Avif) dan Deny Arif Fiyanto yang tidak pernah berhenti memberikan semangat.,
4. Bapak Dr. Sofyan Hadi, S. Sos.I, M. Pd dosen pembimbing yang telah bersabar dalam membimbingku, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.,
5. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Dakwah IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Jember yang berkat jasa-jasa beliau dan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti, akhirnya dapat menyelesaikan studi di kampus tercinta ini.,
6. Keluarga besar Pondok Pesantren Al-Qodiri terimakasih telah membantu menyelesaikan skripsi ini.,
7. Terima kasih untuk program BIDIKMISI.,
8. Semua teman-teman seperjuangan angkatan 2012, khususnya KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) kelas A1 dan A2. Serta Sahabat-sahabatku (Maidatul Azizah, Muslimatul Hasanah, Wildan Nur Islami, Hafid, Imroatus Sholehah, Dwi Yosi Prasasti, dan Ulfatul Hasanah)