

Analisis dampak Event Mujahadah Kubro terhadap Tingkat Pendapatan Para Pedagang (Studi pada Warung Makan di Lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri)

Badrul Kamam

^{1,2} Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Wahidiyah Kediri, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Jan 6, 2026
Revised Jan 12, 2026
Accepted Jan 26, 2026

Keywords:

Dampak ekonomi,
Pengamal Wahidiyah,
Tingkat Pendapatan

ABSTRACT

Penelitian ini mengangkat permasalahan yang ada di lingkungan pondok pesantren Kedunglo Kediri, yang berkaitan usaha kecil masyarakat. Event mujahadah kubro adalah acara doa bersama seluruh pengamal wahidiyah. Dengan banyaknya Pengamal Wahidiyah yang menghadiri acara mujahadah kubro ini menjadikan tingkat penghasilan dan keuntungan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren kedunglo berbeda dengan hari sebelum dilaksanakannya mujahadah kubro. Maka dapat penelitian ini mengemukakan suatu perumusan "Seberapa besar dampak event mujahadah kubro terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren Kedunglo Kediri" Dalam penelitian ini peneliti hanya membatasi permasalahan pada tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren Kedunglo Al-Munadhhoroh yang ikut berpartisipasi pada saat mujahadah kubro. Dengan tujuan untuk mengetahui dampak event mujahadah kubro terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren kedunglo Al-Munadhhoroh Kediri. Diharapkan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi tempat penelitian yaitu gambaran yang jelas mengenai perbedaan tingkat pendapatan para pedagang warung makan pada saat event mujahadah kubro dengan hari-hari sebelumnya dalam merencanakan dan menyempurnakan strategi penjualan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Badrul Kamam
Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Wahidiyah Kediri,
Pondok Pesantren Kedunglo Jl.KH. Wachid Hasyim Kota Kediri 6411, Jawa Timur, Indonesia
Email: badrulhamam717@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Bagian ini Usaha kecil dalam perekonomian suatu Negara memiliki peran penting. Bukan hanya di Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil mempunyai peranan strategis di negara-negara lain. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dapat dilihat dari kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Usaha kecil merupakan usaha yang integral dalam dunia usaha nasional yang memiliki kedudukan dalam potensi mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Selain itu, usaha kecil juga merupakan kegiatan usaha dalam memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas, agar dapat mempercepat proses pemerataan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Sumber daya manusia merupakan bagian yang cukup penting dalam pencapaian tujuan organisasi baik itu perusahaan besar maupun kecil, suatu perusahaan memiliki peralatan yang modern dengan teknologi tinggi. Salah satu motor penggerak utama bagi setiap operasi perusahaan adalah sumber daya manusia, sehingga upaya dalam pengembangan SDM tersebut merupakan strategi yang utama untuk menegakkan kompetisi global.

Adapun peranan yang sangat strategis dapat ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. Ketiga, memiliki sumbangan kepada devisa Negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil.

Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan lain. Para pemasar terampil dalam merangsang permintaan akan produk-produk perusahaan (Philip Kotler : 2000).

Sedangkan konsep pemasaran menurut Basu Swastha (1984 : 17) mengemukakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Definisi tersebut bertumpu pada konsep pokok tentang kebutuhan, keinginan dan permintaan, produksi, nilai, pertukaran dan transaksi pasar, pemasaran, dan pemasar.

Adapun Bauran Pemasaran (Marketing Mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dalam hal ini alat-alat pemasaran diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang luas yang disebut empat P pemasaran : produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion) (Philip Kotler : 2000).

Keberhasilan untuk bertahan dalam masa krisis tidak serta merta menjadikan mampu berkembang dengan baik. Banyak faktor yang mempengaruhi lambannya perkembangan usaha tersebut, antara lain perhatian dari pemerintah dan kalangan perbankan yang dirasakan masih kurang. Walaupun upaya-upaya untuk meningkatkan perhatian sudah dilakukan, masih banyak pekerjaan rumah yang belum terselesaikan secara optimal. Pekerjaan rumah tersebut antarlain adalah upaya pembinaan, pengembangan dan juga pendanaan (modal). Sementara modal memang penting, tetapi dalam mewujudkan komitmennya pemerintah baru pun harus terpusat pada rencana nasional.

Hal ini juga dalam manajemen penjualan telah mengalami perubahan-perubahan selama beberapa tahun. Pada mulanya, para pengusaha menggunakan istilah tersebut untuk menunjukkan pengarahannya tenaga penjualan, atau disebut juga manajemen personal selling. Kemudian, istilah tersebut diartikan secara lebih luas lagi dengan manajemen dari seluruh kegiatan pemasaran, distribusi fisik, penetapan harga, dan perencanaan produk.

Manajemen penjualan dapat diketahui akan tugas manajer penjualan yang cukup luas. Dapat dikatakan pula bahwa tugas manajer penjualan adalah sebagai administrator dalam kegiatan personal selling, sehingga tugas utamanya banyak berkaitan dengan personalia penjualan.

Bagian lain dari tugas manajer penjualan adalah berkaitan dengan pengorganisasian kegiatan penjualan baik di dalam maupun di luar perusahaan. Di dalam perusahaan, ia harus menyusun struktur organisasi yang dapat menciptakan komunikasi secara efektif tidak hanya di dalam departemen penjualan itu sendiri, tetapi juga dengan departemen-departemen lainnya. Ia juga merupakan penghubung yang paling penting antara perusahaan dengan pembeli dan masyarakat lain, serta bertanggungjawab untuk menciptakan dan mempertahankan jaringan distribusi yang efektif.

Survey mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi usaha kecil berdasarkan prioritasnya, yakni meliputi: kurangnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha yang ketat, kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, kurangnya keterampilan manajerial (SDM) dan kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen termasuk dalam keuangan dan akuntansi.

Demikian halnya dengan usaha kecil para pedagang warung makan yang terdapat di lingkungan pondok pesantren kedunglo Al-Munadhdhoroh yang tingkat penjualannya berubah-ubah dan cenderung tidak banyak kecuali apabila ada acara-acara tertentu yang dapat

mendatangkan orang banyak seperti acara mujahadah kubro yang diselenggarakan oleh pondok pesantren Kedunglo Al-Munadhdhoroh Kediri. Adanya event mujahadah kubro merupakan peluang bagi para pedagang untuk meningkatkan penjualan dikarenakan banyaknya pembeli.

Event mujahadah kubro adalah acara doa bersama seluruh pengamal wahidiyah yang bertujuan untuk mengajak umat masyarakat sadar kembali kepada Allah SWT dan Rosulullah SAW. Event ini merupakan rutinitas pengamal wahidiyah yang dilaksanakan setahun dua kali yaitu setiap bulan Muharram dan Rajab yang bertempat di pondok pesantren Kedunglo Al-munadhdhoroh Kediri. Dalam event ini seluruh pengamal di berbagai penjuru mulai dari Jawa, luar Jawa bahkan sampai luar negeri hadir guna untuk mengikuti acara yang dilaksanakan selama empat hari ini.

Event Mujahadah Kubro merupakan kegiatan doa bersama yang diselenggarakan oleh Yayasan Perjuangan Wahidiyah dan Pondok Pesantren Kedunglo Desa Bandar Lor Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri yang dihadiri oleh pengamal Sholawat Wahidiyah di berbagai penjuru yang dilaksanakan dalam satu tahun dua kali yaitu setiap bulan Muharram dan Rajab. Dalam kegiatan ini seluruh pengamal Wahidiyah diajak untuk berdoa atau bermujahadah istilah dalam Wahidiyah. Mujahadah yang dimaksud disini adalah pengamalan sholawat wahidiyah menurut cara yang ditentukan Mu'allifnya sebagai penghormatan kepada Rosululloh SAW dan sekaligus permohonan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang diperuntukkan bagi diri pribadi dan keluarga, bagi bangsa dan negara, bagi segenap umat masyarakat jami'al 'alamin dan bahkan bagi segenap makhluk ciptaan Allah. Perjuangan wahidiyah adalah upaya lahiriyah dan batiniah mengusahakan menjernihkan hati, ketenangan bathin dan ketentraman jiwa menuju sadar atau ma'rifat kepada Allah SWT dan RosulNya dengan pengamalan, penyiaran, pembinaan dan pendidikan wahidiyah, serta sarana dan penunjang lain yang dibutuhkan dalam perjuangan wahidiyah dibawah bimbingan mu'allif Shalawat Wahidiyah yaitu Mbah KH. Abdul Madjid Ma'ruf.

Perjuangan wahidiyah mempunyai tujuan terwujudnya keselamatan, kedamaian, kesejahteraan dan kebahagiaan hidup lahir batin, materiil dan spirituil didunia dan diakhirat bagi masyarakat bangsa Indonesia dalam wadah negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dan bagi umat manusia seluruh dunia dengan mengusahakan :

1. Agar umat masyarakat seluruh dunia terutama diri sendiri dan keluarga kembali mengabdikan diri dan sadar kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa dan RosulNya.
2. Agar akhlak-akhlak yang tidak baik dan merugikan segera diganti oleh Allah SWT dengan akhlak yang baik dan menguntungkan.
3. Agar tercipta kehidupan dunia dalam suasana aman, damai, saling menghormati dan saling bantu membantu antar umat manusia segala bangsa.
4. Agar dilimpahkan berkah atas bangsa dan negara dan atas segala makhluk ciptaan Allah.

Hubungan mujahadah kubro dengan pendapatan pada umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba dari barang yang diproduksinya. Hubungan Mujahadah Kubro dengan pendapatan dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang ikut berpartisipasi pada event Mujahadah Kubro, dalam hal ini tingkat perolehan pendapatan pedagang warung makan di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri meningkat dari hari sebelum dilaksanakan event tersebut.

Dengan banyaknya pengamal wahidiyah yang menghadiri acara mujahadah kubro ini menjadikan tingkat penghasilan dan keuntungan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren kedunglo berbeda dengan hari sebelum dilaksanakannya mujahadah kubro. maka dapat penulis kemukakan suatu perumusan masalah yaitu seberapa besar dampak event mujahadah kubro terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan pondok pesantren Kedunglo Kediri.

2. METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan definisi dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti. Variabel penelitian adalah sesuatu gejala yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011).

Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian dilaksanakan pada beberapa warung makan yang terdapat di lingkungan pondok pesantren kedunglo Al- Munadhhoroh yang bertempat di jl. KH. Wahid Hasyim Gg.5 Kediri Jawa timur. Alasan peneliti memilih penelitian di tempat tersebut di karenakan lokasi penelitian yang strategis dan mudah di jangkau, sehingga efisien waktu dan biaya. Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono: 2011). Dari definisi yang dikemukakan tersebut peneliti memutuskan untuk mengambil populasi yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah para pedagang warung makan di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Al- Munadhhoroh pada saat event Mujahadah Kubro. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi. (Sugiyono : 2011). Adapun sampel dari penelitian ini adalah pedagang warung makan yang berjumlah 30 sampel warung makan yang berada di lingkungan pondok pesantren Kedunglo Al-Munadhhoroh Kediri.

Adapun obyek penelitian yang merupakan sampel dari penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar warung makan di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo

No.	Warung Makan
1	Warung Makan "Ndeso"
2	Warung Makan "Bu Ning"
3	Warung Makan "Dinda"
4	Warung Makan "Si Kembar"
5	Warung Makan "Pak Yo"
6	Warung Makan "Kertosono"
7	Warung Makan "Mini"
8	Warung Makan "Bu Martini"
9	Warung Makan "Mama"
10	Warung Makan "Affanta"
11	Warung Makan "Buto Ijo"
12	Warung Makan "Cak Gemak"
13	Warung Makan "Ponorogo"
14	Warung Makan Lalapan "Pak Tarso"
15	Warung Makan Lalapan "Lamongan"
16	Warung Makan "Abi"
17	Warung Makan "Cak'e"
18	Warung Makan "Bu Us"
19	Warung Makan "Bu Hati"
20	Warung Makan "Mbak Indri"
21	Warung Makan "Bu Sugik"
22	Warung Makan "Bu Sugeng 2"
23	Warung Makan "Ling-ling"
24	Warung Makan "Butho Ijo"
25	Warung Makan "Brantas"
26	Warung Makan "Zida Burika"
27	Warung Makan "Pak Sugeng"
28	Warung Makan "Sate dan Gule Kambing"
29	Warung Makan "Ayam Cobek"
30	Warung Makan "Al-Ma'rifah"

Jenis Penelitian

Data subyek (Self- Report Data) Merupakan jenis penelitian yang berupa opini, sikap dan pengalaman seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden), data subyek merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individu atau kelompok. Kemudian data subyek diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanggapan (respons) yang

diberikan, yaitu : lisan (verbal), tertulis dan ekspresi. Respons verbal diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Sangadji : 2010).

Jenis Data dan Sumber Data

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan data sebagai berikut :

Data primer :

Data yang dikumpulkan atau diperoleh secara langsung pada obyek penelitian dan diolah sendiri dalam melakukan analisis oleh peneliti.

Data Sekunder

Data ini diperoleh melalui buku-buku, literatur dan data tertulis lainnya yang ada kaitannya dengan pokok permasalahan penelitian yang akan dibuat.

Sedangkan sumber data diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber penelitian ini diperoleh untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dan responden penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Metode survei merupakan metode pengumpulan data yang berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dan responden.(Sangadji : 2010).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan, pengamatan dan penelitian secara langsung kepada obyek penelitian dengan menggunakan teknik Wawancara (Interview)

Adalah teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian.

Observasi

Adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan- kegiatan yang terjadi di perusahaan.

Teknik Analisis Data

Model analisa data yang digunakan dalam penulisan skripsi adalah menggunakan analisa deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisa deskriptif kualitatif adalah analisis data yang tidak memerlukan suatu perhitungan, tetapi hanya ingin menggambarkan, menjelaskan advertising dan distribusi yang efektif sebagai salah satu alat meningkatkan penjualan terhadap produk perusahaan. Sedangkan analisa deskriptif kuantitatif adalah data yang berbentuk perhitungan yang setelah dianalisa akan memperoleh pemecahan yang tepat.

Adapun alat analisa yang digunakan adalah alat analisa kualitatif, yaitu menggunakan kata-kata dan pembahasan dilakukan dengan menganalisa berbagai alternatif pemecahan masalah yang ada dengan berpedoman pada teori-teori yang telah dikemukakan sebelumnya. Perlunya memperhatikan kelebihan dan kekurangan dari setiap alternatif yang telah dikemukakan untuk kemudian diambil kesimpulan, mana dari alternatif tersebut yang paling baik untuk diterapkan, disesuaikan dengan keadaan di perusahaan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan pengujian hipotesis pengamatan untuk data berpasangan. Data berpasangan merupakan data yang satu berpasangan dengan data yang lain secara khusus. Data yang berpasangan tidak dapat dipisahkan untuk membentuk pasangan yang lainnya, pada data berpasangan ini setiap sampelnya memiliki dua data. Data ini dikenal dengan data yang tidak bebas atau independent. Uji hipotesis dimaksudkan apakah ada perbedaan antara tingkat pendapatan penjualan para pedagang sebelum dan ketika pelaksanaan mujahadah kubro. Dalam uji statistik untuk pengujian hipotesis data berpasangan dinyatakan sebagai berikut : (Self-Report Data) Merupakan jenis penelitian yang berupa opini, sikap dan pengalaman seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden), data subyek merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individu atau kelompok. Kemudian data subyek diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanggapan (respons) yang diberikan, yaitu : lisan

(verbal), tertulis dan ekspresi. Respons verbal diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Sangadji : 2010).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian Gambaran Umum Obyek Penelitian

Perusahaan Warung Makan

Makanan sebagai kebutuhan dasar manusia yang menjadi alasan mendasar untuk pengembangan bisnis warung makan. Usaha ini menjadi alternatif yang menjanjikan dan merupakan bisnis yang tidak pernah mati bahkan ada yang sukses dan dapat meraih rezeki yang cukup besar apabila dikelola dengan baik dan selalu mengikuti selera dan daya beli masyarakat. Alasannya adalah makanan selalu diburu dan dicari orang dimanapun karena apabila perut sudah lapar maka urusan makanpun tidak bisa ditunda. Seiring dengan adanya Event Mujahadah Kubro yang mendatangkan banyaknya pengunjung maka perusahaan dalam mengambil keuntungan menyediakan tambahan menu makanan berupa gorengan, jajanan basah dan minuman berbuah untuk menjadi pilihan bagi konsumen atau pembeli. Karena dalam Event ini pengunjung yang ikut berpartisipasi berjumlah puluhan ribu, maka permintaanpun semakin meningkat dari hari sebelum pelaksanaan Event Mujahadah Kubro.

Lokasi Perusahaan

Pemilihan tempat atau lokasi perusahaan sangat penting bagi perusahaan didalam usaha-usaha pengembangannya. Oleh karena itu dalam memilih lokasi perusahaan harus didasarkan atas pertimbangan- pertimbangan dari berbagai faktor yang berhubungan dengan kelancaran usaha. Perusahaan warung makan bertempat di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri Jl. KH Wahid Hasyim Kel. Bandar Lor Kec. Mojoroto Kota Kediri Jawa Timur. Di tinjau dari lokasi perusahaan ini banyak mendapat keuntungan salah satunya dari konsumen yang mayoritas dari santri Pondok Pesantren Kedunglo, dimana jumlah dari santri dari pesantren tersebut terdiri dari ±1500 orang.

Disamping itu setiap satu tahun dua kali di Lingkungan Pondok Pesantren ini terdapat pengajian akbar yang di sebut Event Mujahadah Kubro, dalam Event ini dikunjungi banyak orang dari berbagai daerah baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Adanya Kegiatan event Mujahadah Kubro ini merupakan kesempatan emas bagi pedagang warung- warung makan di lingkungan setempat untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya dari beberapa pembeli atau konsumen dari hari-hari sebelum pelaksanaan kegiatan Event tersebut. Dengan adanya kegiatan ini penjual warung makan tentunya membedakan dalam hal produksi, jumlah tenaga kerja, item penjualan penambahan modal dan kenaikan harga produk penjualan.

Produksi

Suatu kegiatan menambah nilai guna suatu barang atau jasa untuk keperluan orang banyak. Usaha di warung-warung ini dalam memproses makanan atau produk mentah menjadi barang jadi yang dapat dikonsumsi oleh orang banyak dan dapat meningkatkan nilai tambah bagi pengelolanya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa menu makanan yang dijual antara lain :

1) Nasi Campur, proses produksinya :

Beras yang dimasak dimasak dalam jumlah banyak dan setelah masak nasi di masukkan kedalam pemanas nasi agar nasi tetap panas, sehingga orang yang membeli atau mengkonsumsinya merasa menikmati barang tersebut.

Ayam, diproses dengan cara ayam yang dibeli di pasar dibersihkan dan dipotong-potong, setelah bersih ayam dikukus hingga keluar lemaknya tidak lupa diberi bumbu ayam goreng yang telah dipersiapkan. Apabila bumbu ayam goreng telah meresap, ayam yang dikukus ditiriskan, setelah dingin ayam bumbu diberi saus tomat. Untuk beberapa saat kemudian ayam siap untuk digoreng. Setelah mengalami beberapa proses pengolahan ayam yang telah diolah akan memberikan nilai tambah lebih daripada ayam yang baru dibeli di pasar.

Telur, dengan dilakukan pengolahan diharapkan akan memberikan nilai tambah yaitu mengubah telur biasa menjadi telur goreng asam manis. Cara pembuatannya dipilih telur yang utuh maksudnya kuning telur sebaiknya tidak terlihat karena apabila

digoreng hasilnya tidak bagus. Telur digoreng pada saat minyak goreng sangat panas, apabila minyak goreng yang digunakan untuk menggoreng telur tidak panas telur akan meletus dan hasil telur gorengpun tidak bagus. Jadi pada saat minyak goreng sudah sangat panas telur langsung dimasukkan kedalam penggorengan dan diaduk secara merata. Setelah telur selesai digoreng, bumbu asam manis ditumis kemudian telur dimasukkan kedalam bumbu asam manis sambil diaduk hingga merata dan meresap.

Mie goreng saus tomat, mie ini adalah mie keriting biasa akan tetapi melalui pengolahan maka akan mempunyai nilai tambah cara membuatnya bumbu mie goreng saus tomat ditumis kemudian diberi air dan saus tomat setelah mendidih mie keriting dimasukkan dan diaduk hingga saus dan bumbu merata. Irisan daun sup dan bawang goreng ditaburkan sebagai tambahan agar mie goreng saus tomat lebih nikmat.

Sayur wortel, labu siam, bunga kol dan kacang panjang setelah diolah akan menghasilkan sayur tumis yang bias dinikmati oleh banyak orang dan menghasilkan nilai tambah, cara membuatnya bumbu tumis sayur dipanaskan dalam minyak panas sambil diaduk kemudian ditambahkan air dan setelah air mendidih semua sayur yang telah dipotong-potong dimasukkan. Apabila air sayur sedikit mengering sayur tumis dapat diangkat.

Sambal goreng (berisi tahu, hati dan rempela ayam), cara membuatnya tahu, hati dan rempela ayam dipotong kecil-kecil kemudian digoreng agak kering. Bumbu sambal goreng yang telah disiapkan ditumis kemudian ditambahkan air, saus, kecap dan sedikit gula. Apabila bumbu telah mendidih irisan tahu, hati dan rempela goreng dimasukkan, aduk hingga rata dan bumbu mulai mengering dan meresap

Soto Ayam, proses produksinya:

Lontong, cara membuatnya beras khusus untuk lontong yang telah bersih dimasukkan kedalam kantong plastik yang telah dilubang kecil-kecil dengan cara kantong plastik ditusuk-tusuk dengan lidi yang ujungnya diruncingkan. Beras diisi ke dalam kantong plastik kira-kira $\frac{1}{3}$ bagian. Dididihkan air untuk merebus lontong selama 4 jam. Apabila kurang dari 4 jam waktu perebusan dan air yang dipakai merebus lontong tidak dididihkan maka lontong akan cepat basi dan rusak.

Ayam suwir, caranya ayam goreng yang telah dingin diris lebar-lebar untuk ditaburkan kedalam mangkok soto untuk dihidangkan.

Telur iris, caranya telur yang sudah masak dikupas kulitnya dan diiris menjadi 8 – 9 irisan dan ditaburkan kedalam mangkok soto yang akan disajikan.

Bahan campuran lainnya untuk soto ayam yaitu laksa (mie putih), kacang goreng, tauge rebus, bawang goreng dan daun sup.

Kuah soto ayam yang telah diberi bumbu soto.

Mie Ayam, proses produksinya:

- Mie kuning yang siap disajikan (dapat diperoleh atau dibeli di pasar).
- Sayur sawi yang telah dicuci ambil daunnya kemudian dipotong-potong kasar.
- Ayam goreng iris.
- Telur rebus dalam keadaan utuh.
- Dalam mangkok mie ayam yang akan disajikan ditaburi daun sup, bawang putih tumbuk dan bawang goreng.
- Kuah mie ayam yang telah diberi bumbu.

Bakso, proses produksinya:

- Mie kuning yang siap disajikan (dapat diperoleh atau dibeli di pasar).
- Mie putih (laksa), direndam dalam air biasa hingga laksa menjadi lunak. Setelah laksa lunak ditiriskan dan siap untuk disajikan.
- Daging bakso, daging sapi bagian has (agar bentuk bakso bagus) diberi campuran bumbu dan sedikit tepung tapioka agar mudah dibentuk bulat. Adapun proses pencampuran daging dengan bumbu-bumbu dan tepung tapioka di tempat penggilingan daging bakso, sedang proses pembentukan daging bakso menjadi bulat-bulat dilakukan di warung atau tempat usaha. Caranya, air dididihkan kemudian daging bakso dibentuk bulat-bulat dan dimasukkan kedalam

panci yang berisi air mendidih satu persatu. Apabila daging bakso yang telah dibentuk bulat-bulat mengapung berarti bakso sudah masak dan siap disajikan.

Jumlah Tenaga Kerja

Dalam perusahaan warung makan ini jumlah karyawan yang dipekerjakan sebanyak 2 (dua) orang, karena usaha ini merupakan usaha kecil jadi hanya melibatkan anggota keluarga yaitu untuk membantu melayani pembeli jika dalam hari biasa. Tapi apabila dalam pelaksanaan Event Mujahadah Kubro maka jumlah tenaga kerja bertambah menjadi 3-4 orang yang di rekrut dari saudara ataupun tetangga.

Item Penjualan

Penambahan item penjualan oleh perusahaan hanya dilakukan ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro. Hal ini dilakukan untuk meraup keuntungan dan pendapatan yang sebanyak-banyaknya. Sebelum pelaksanaan Event Mujahadah Kubro perusahaan hanya memproduksi 3-5 item penjualan. Tetapi berbeda dengan ketika dilaksanakannya Event Mujahadah Kubro Perusahaan cenderung melakukan penambahan item penjualan, yang semula 3-5 item penjualan menjadi 5-10 item penjualan.

Modal

Penjualan dilakukan sesuai dengan permintaan konsumen. Dalam Event Mujahadah Kubro ini perusahaan menambah modal dalam memproduksi makanan, dengan alasan banyaknya permintaan dari konsumen. Semula modal yang dibutuhkan sebelum adanya Event ini hanya Rp.150.000 bertambah Rp.300.000 ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro tersebut.

Harga Per-Produk

Perusahaan dalam membangun usahanya selain memperhatikan produksi, penambahan tenaga kerja, penambahan modal dan item penjualan juga menaikkan harga per-produk. Dalam prosentasenya perusahaan menaikkan harga per-produk yang dijual 10% hingga 20%. Hal ini dilakukan hanya ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro.

Pembahasan

Setiap perusahaan yang melakukan aktivitasnya selalu mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Salah satu tujuan yang hendak dicapainya adalah memperbesar laba dari barang yang diproduksinya.

Dalam bab ini akan diuraikan hasil penelitian pada perusahaan warung makan yang terletak di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri. Hasil penelitian ini merupakan gambaran dari suatu fenomena yang ingin diketahui oleh peneliti yang kaitannya dengan perbedaan hasil penjualan sebelum dan ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro.

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang mengambil lokasi di Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri tepatnya di Pondok Pesantren Kedunglo. Dalam penelitian ini terdiri dari 30 sampel warung makan yang melakukan penjualan sebelum dan pada saat pelaksanaan Event Mujahadah Kubro.

Untuk mengetahui Dampak Event Mujahadah Kubro terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan maka peneliti menggunakan rumus data berpasangan yang mana setiap sampelnya memiliki dua data. Uji statistik pengujian hipotesis data berpasangan dinyatakan sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{d}}{sd / \sqrt{n}}$$

-

$$sd / \sqrt{n}$$

dan standar deviasi (s) dirumuskan sebagai berikut.

$$(\sum$$

$$s = \frac{\sqrt{\sum d^2 - \frac{(\sum d)^2}{n}}}{n - 1}$$

n - 1

Keterangan :

- t : Nilai distribusi t
 \bar{d} : Nilai rata-rata perbedaan antara pengamatan berpasangan
 Sd : Standar deviasi dari perbedaan antara pengamatan berpasangan
 n : Jumlah pengamatan berpasangan
 d : Perbedaan antara data berpasangan

Untuk melihat perbedaan tingkat pendapatan para pedagang warung makan sebelum dan ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro, berikut adalah data omset penjualan warung makan yang terletak di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri :

Tabel 2. Omset Penjualan Warung Makan di Lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri

No	Warung Makan	Omset Penjualan Event Mujahadah Kubro	
		Sebelum	Ketika Pelaksanaan
1	Bu Martini	Rp.350.000	Rp.700.000
2	Bu Us	Rp.350.000	Rp.500.000
3	Brantas	Rp.250.000	Rp.550.000
4	Dinda	Rp.450.000	Rp.850.000
5	Ling-ling	Rp.470.000	Rp.850.000
6	Affanta	Rp.550.000	Rp.1.100.000
7	Mama	Rp.3.500.000	Rp.7.500.000
8	Cak'e	Rp.2.500.000	Rp.4.500.000
9	Pak Tarso	Rp.950.000	Rp.1.400.000
10	Pak Yo	Rp.560.000	Rp.1.200.000
11	Kertosono	Rp.1.300.000	Rp.1.500.000
12	Lamongan	Rp.550.000	Rp.1.200.000
13	Bu Ning	Rp.350.000	Rp.850.000
14	Bu Sugeng 2	Rp.400.000	Rp.800.000
15	Cak Gemak	Rp.650.000	Rp.950.000
16	Bu Hati	Rp.550.000	Rp.1.100.000
17	Ponorogo	Rp.450.000	Rp.850.000
18	Si Kembar	Rp.650.000	Rp.1.200.000
19	Al-Ma'rifah	Rp.350.000	Rp.550.000
20	Camai	Rp.350.000	Rp.650.000
21	Butho Ijo	Rp.850.000	Rp.900.000
22	Ayam Cobek	Rp.2.500.000	Rp.3.500.000
23	Abi	Rp.2.000.000	Rp.2.500.000
24	Zida Burika	Rp.350.000	Rp.750.000
25	Sate dan Gule	Rp.2.700.000	Rp.3.200.000
26	Mini	Rp.450.000	Rp.950.000
27	Mbak Indri	Rp.750.000	Rp.1.000.000
28	Bu Sugik	Rp.400.000	Rp.750.000
29	Ndeso	Rp.400.000	Rp.850.000
30	Pak Sugeng	Rp.350.000	Rp.750.000
TOTAL		Rp.26.280.000	Rp.43.950.000
		0	0

Dengan taraf nyata 1%, seberapa besar dampak Event Mujahadah Kubro terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo

Jawab :

1. Menentukan taraf nyata, yaitu 1% Nilai *t*-student dengan taraf nyata 1% (0.01) uji dua arah (0.01/2) = 0.05) dengan derajat bebas (df) = $n-1 = 30-1 = 29$ adalah 2.756.

Tabel 3. Uji statistik t

Sebelum (dalam ratusan ribu rupiah)	Ketika Pelaksanaan (dalam ratusan ribu rupiah)	d	2
350	700	(350)	122,500,000
350	500	(150)	22,500,000

Dari hasil perhitungan data pengamatan berpasangan 3,105 lebih besar dari nilai *t*-student dengan taraf nyata 1% (0,01) uji dua arah (0,01/2 = 0,05) dengan derajat bebas (df) = 29 adalah 2,756 maka terdapat cukup bukti bila Even Mujahadah Kubro berdampak besar terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo dibanding dengan hari sebelum pelaksanaan Event Mujahadah Kubro.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa event Mujahadah Kubro mempunyai dampak besar terhadap tingkat pendapatan para pedagang warung makan di Lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Al-Munadhdhoroh dibanding dengan hari sebelum pelaksanaan Event tersebut yang dipengaruhi oleh kenaikan harga penjualan dan banyaknya permintaan kebutuhan konsumen. Perhitungan data berpasangan menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} variabel pendapatan 3,105 lebih besar dari $t_{student}$ atau t_{tabel} 2,756. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa pendapatan para pedagang warung makan di Lingkungan Pondok Pesantren Kedunglo Kediri lebih meningkat ketika pelaksanaan Event Mujahadah Kubro dibanding dengan hari sebelum ketika pelaksanaan Event tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusnadi (2001) Pengantar Manajemen Strategi, 107, 103-108, Universitas Brawijaya
 FandiTjiptono: StrategiPemasaran, Yogyakarta: Andi Offset. Melalui Link [http //id.shvoong.com/business-management/2129870-promosi-penjualan](http://id.shvoong.com/business-management/2129870-promosi-penjualan)
 Basri (2006): BisnisPengantar, edisike – 1 Universitas Janabadra Yogyakarta
 Kotler, P. (2000): Manajemen Pemasaran, 183, edisi milenium 2, PT. Indeks Jakarta.
 Sangadji (2010): MetodologiPenelitian, Yogyakarta: Andi Offset.
 Swastha (1989): ManajemenPenjualan, Yogyakarta: BPFE
 Sugiyono (2011): Statistika Untuk Penelitian,2,4,61, edisi ke-11, Alfabeta, Bandung.
 YPW dan Pon.Pes Kedunglo Kediri: Bahan Up Grading Dai Wahidiyah Perc: Qolamuna Offset