

**PERILAKU KONSUMTIF SANTRIWATIPONDOK PUTRI
HAFSHAWATY PESANTREN ZAINUL HASAN (GENGGONG)**
(Studi Kasus di Desa Krangbong, Pajarakan, Probolinggo, Jawa Timur)



**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

DOSEN : Rr.Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A.
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga

Nota Dinas

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushulussin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari

Nama : HIKMATUL HASANAH

NIM : 15540018

Program Studi : Sosiologi Agama

Judul Skripsi : PERILAKU KONSUMTIF SANTRIWATI PONDOK PUTRI HAFSHAWATY PESANTREN ZAINUL HASAN GENGGONG (Studi Kasus di Desa Karangbong, Pajarakan, Probolinggo, Jawa Timur)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1), Sarjana Sosiologi.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saidari **HIKMATUL HASANAH** di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 4 September 2019

Rembimbing

Rr.Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd. M.A.
NIP. 19740919 200501 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
JL. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2830/Un.02/DU/PP.05.3/09/2019

Tugas Akhir dengan judul : **PERILAKU KONSUMTIF SANTRIWATI PONDOK PUTRI HAFSHAWATY PESANTREN ZAINUR HASAN (GENGGONG) (Studi Kasus di Desa Krangbong, Pajarakan, Probolinggo, Jawa Timur)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hikmatul Hasanah
Nomor Induk Mahasiswa : 15540018
Telah diujikan pada : Jumat, 20 September 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

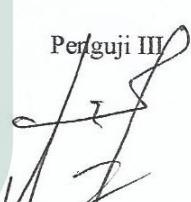
Ketua Sidang/Penguji I


Dr. Rr. Siti Kurnia Widastuti, S.Ag. M.Pd. M. A
NIP. 19740919 200501 2 001

Penguji II


Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi
NIP. 19741120 200003 2 003

Penguji III

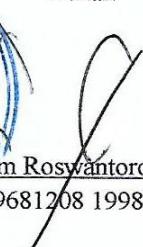

Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum.
NIP. 19780115 200604 2 001

Yogyakarta, 24 September 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dekan


Dr. Alim Roswantoro, M. Ag.
NIP. 19681208 199803 1 002



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Hikmatul Hasanah
NIM : 15540018
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama
Alamat Rumah : Tempelsari RT 4, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta
Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Putri Hafshawaty
Pesantren Zainul Hasan Genggong (Studi Kasus di Desa Karangbong, Pajarakan, Probolinggo, Jawa Timur)

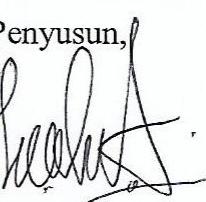
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan benar-benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri
2. Apabila skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu dua bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqosyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya saya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiarisme), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 04 September 2019



Penyusun,

Hikmatul Hasanah
NIM 15540083



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marda Adisucipto Telp. (0274) 512156, Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hikmatul Hasanah

NIM : 15540018

Program Studi : Sosiologi Agama

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa syarat munaqosyah saya menggunakan foto berjilbab. Jika dikemudian hari terdapat suatu masalah bukan menjadi tanggung jawab UIN Sunan Kalijaga.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima kasih.

Yogyakarta, 24 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Hikmatul Hasanah
NIM. 15540018





Hikmatul Hasanah

NIM. 15540018

HALAMAN MOTTO

— *Man Jadda Wajada* ||

-Barang Siapa yang Bersungguh Sungguh akan Berhasil||



~Queen Fem~



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

ALLAH SWT.

orang tuaku tercinta, Bapak Muhammad Kamsir dan

Ibu Khomsatun, kedua Adik penulis Muhammad Iwanto dan Arinnal Haq dan
semua orang yang telah memberikan banyak pelajaran hidup bagi penulis.

Almamater ter cinta Program Studi Sosiologi Agama

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRAK

Perilaku berkonsumsi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peran agama sebagai tolok ukur terhadap kehidupan dunia yang cenderung mempengaruhi gaya hidup, perilaku, dan selera. Saat muncul sifat *israf* atau berlebihan, Allah memberi batasan kepada hambanya dalam berkonsumsi, sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Isra' ayat 27 yang berbunyi –Janganlah engkau menghambur-hamburkan harta. Sesungguhnya orang-orang yang memubazirkan hartanya adalah saudara setan. Al-Qur'an dan Assunah menjadi sumber utama sekaligus pedoman yang mengatur kehidupan umat Islam di dunia, tapi tidak semuanya mencerminkan isi Al-Qur'an dan As-sunnah, seperti halnya **Perilaku Konsumtif Santriwati** di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu melalui observasi dan wawancara. Sumber data primer yang ditetapkan sebagai informan di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong yang berjumlah sebelas orang terdiri dari tiga para santriwati pengurus dan delapan santriwati pelajar, baik santriwati mahasiswi maupun santri siswi Hafshawaty. Sumber data sekundernya antara lain buku, majaalah, skripsi, jurnal dan sebagainya yang terkait dengan perilaku konsumtif santri yang dikaji lebih mendalam melalui teori perilaku konsumtif Sumartono dan teori perilaku konsumen yang mengungkap faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi perilaku konsumtif santriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong.

Penelitian ini menghasilkan; *pertama*, jika terkait dengan hal-hal yang bersifat fungsi dari barang, para santri memilih untuk membeli barang atau produk dengan harga mahal asalkan kualitas produk tersebut menjamin. *Kedua*, santriwati Hafshawaty membeli produk dengan kemasan yang bagus. Hal ini disebabkan, bagus dan tidaknya kemasan menjadi indikator kualitas isi dan profesional suatu perusahaan. *Ketiga*, santriwati Hafshawaty membeli produk tidak mendasarkan pada simbol tertentu. Dari tiga temuan di atas, santriwati Hafshawaty belum bisa dikatakan konsumtif. Akan tetapi, potensi untuk mengarah ke konsumtif itu ada. Faktor dari dalam diri santriwati Hafshawaty berpotensi mengarahkan ke perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang berasal dari dalam diri santri sendiri yang merasa jauh lebih baik dan lebih bahagia karena memperoleh apa yang mereka inginkan. Dampak yang muncul yaitu santriwati akan memiliki perilaku konsumtif dan sifat boros dalam membeli barang belanja dan kebutuhan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Santriwati, Pondok Pesantren.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum,. Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih saying, rahmat, karunia dan Hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada kepada baginda Nabi Muhammad saw. Telah mewariskan ilmu serta penuntun hidup yang mencerahkan umat manusia, kepada para sahabat tabiin dan para penerus pejuang mereka. Amin.

Atas karunia dan nikmat yang melimpah dari Allah SWT. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (Studi kasus di Desa Karangbong, Pajarakan, Proboinggo, Jawa Timur)!. Untuk diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa ada bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini selayaknya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. K.H. Udian Wahyudi Asmin, MA, Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Alim Roswantoro M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga

3. Dr. H Adib Sofia, S. S., M. Hum. Selaku ketua Jurusan Sosiologi Agama yang telah memberikan semangat motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Moh. Soehadha, S. Sos., .M. Hum. sebagai dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberi nasihat, arahan dan bimbingan dalam keakademikan.
5. Dr. Rr .Siti Kurnia Widiastuti S.Ag M.pd. M.A. Selaku pembimbing skripsi. Yang selalu memberi motivasi, pengarahan, mengkritik dan memberikan pelajaran kebiksanaan kepada peneliti.
6. Bapak/ Ibu Dosen Program Studi Sosiologi Agama yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Muhammad Kamsir, Ibu Khomsatun dan tak lupa juga pak nal dan mak nang selaku kakek dan nenek saya, yang telah berjuang dengan segala kemampuannya dengan tanpa mengenal lelah, baik doa maupun materi demi kelancaran studi untuk anaknya selama menuntun ilmu di tanah rantau.
8. Suami saya tercinta dan saya sayangi Mochammad Jakfar Al-Fatih yang tidak henti-hentinya mendoakan serta memberi dukungan kepada peneliti baik dalam bentuk materi maupun non materi.
9. Saudara saya, Muhammad Iwanto dan Arinnalhaq, tidak lupa para sepupu saya dan seluruh keluarga besar Ky. Safi' terimakasih yang selalu

memberikan doa dan motivasinya. Semoga Allah SWT. Membalas dengan segala kasih saying dan kebaikan beliau semua. Amin.

10. Para santriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong yang senantiasa menyisihkan waktunya demi berjalannya penelitian.
11. Sahabat kost yang selalu memberi perjalanan serta kebersamaan yang tidak bisa dilupakan. Selama empat tahun bukan waktu yang singkat bagi peneliti untuk dapat memahami kalian, semoga kalian senantiasa dibrikan kebahagiaan.
12. Teman karib yang selalu support saya dan selalu memberikan motivasinya Mbk Djualaikhah, Lulukatul Mubriqoh, Ratna Nurseptiani, dan Rahma Dewi sahabat karib seperjuangan.
13. Teman-teman Sosiologi Agama angkatan 2015, yang tidak biasa disebutkan satu persatu dan teman-teman KKN Angkatan 96, Kelompok 157.
14. Orang-orang yang menyayangi berkat kalian peneliti tidak bisa menjadi manusia yang selalu belajar dan memahami hidup dan semua piak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Hanya doa dan ucapan terima kasih yang dapat saya lakukan.

Semoga Allah swt. Membalas kebaikan mereka dengan kebaikan yang terbaik. Peneliti juga memohon maaf atas kesalahan yang sudah terjadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membacanya. Amin.

Yogyakarta, 26 Agustus 2019

Penyusun

Hikmatul Hasanah

15540018



Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
Daftar Isi	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
D. Kajian Pustaka	12
E. Kerangka Teori.....	15
F. Metode Penelitian	28
G. Sistematika Pembahasan	34
BAB II GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN ZAINUL HASAN (GENGGONG) PROBOINGGO JAWA TIMUR.....	36
A. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Zainul Hasan (Genggong)..	36
B. Pendiri Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong.....	39
C. Visi, Misi dan Tujuan Pondok Pesantren Zainul Hasan (Genggong)	46
D. Dasar-dasar Pengembangan Pondok dan Satlogi Santri.....	48

E. Jadwal Kegiatan Santri Pondok Pesantren Genggong	49
BAB III PERILAKU KONSUMTIF SANTRI PONDOK PUTRI HAFSHAWATY PESANTREN ZAINUL HASAN GENGGONG PROBOLINGGO JAWA TIMUR.....	61
A. Pandangan Santri Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong terhadap Perilaku Konsumtif.....	61
B. Gambaran Perilaku Santriwati Pondok Putri Pesantren Zainul Hasan Genggong dalam Mengonsumsi Barang dan Jasa.....	65
BAB IV FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TERJADINYA PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP SANTRIWATI PONDOK PUTRI HAFSHAWATY PESANTREN ZAINUL HASAN GENGGONG PROBOLINGGO JAWA TIMUR.....	75
A. Faktor Budaya	75
B. Faktor Sosial	77
C. Faktor Pribadi	81
D. Faktor Psikologis	85
E. Pengaruh Internet dan Sosial Media	89
BAB V PENUTUP	92
A. Simpulan	92
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesantren merupakan sistem pendidikan tertua saat ini jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia dan sejak lama sudah dianggap sebagai produk budaya Indonesia yang Indonesia indigenous (berkarakter khas). Lembaga pendidikan Islam ini mulai dikenal setelah masuknya Islam ke Indonesia pada abad VII (7), akan tetapi keberadaan dan perkembangannya baru popular sekitar abad XVI (16). Sejak saat itu telah banyak dijumpai lembaga yang bernama pesantren yang mengajarkan berbagai kitab Islam klasik dalam bidang fiqh, aqidah, tasawuf dan menjadi pusat penyiaran Islam.¹

Pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional di mana para siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan seorang (atau lebih) guru yang lebih dikenal dengan sebutan “kyai”. Asrama untuk para siswa tersebut berada dalam lingkungan komplek pesantren di mana kyai bertempat tinggal yang juga menyediakan sebuah masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar dan kegiatan-kegiatan keagamaan yang lain. Kompleks pesantren ini biasanya dikelilingi tembok

¹ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren Studi tentang Pandangan hidup Kyai*, (Jakarta: LP3ES, 2011), hlm.34

untuk dapat mengawasi keluar dan masuknya para santri sesuai dengan peraturan yang berlaku.² Seorang santri juga harus Lebih mandiri dan tidak bergantung pada siapa dan lembaga masyarakat apapun.³

Ada berbagai variasi pesantren yang mengarah pada pembedaan berdasarkan kategorisasinya. Pengkategorian pesantren dapat dilihat dari berbagai perspektif, salah satunya adalah rangkaian kurikulum, keterbukaan terhadap perubahan sistem pendidikan, dan tingkat kemajuan. Perspektif seperti ini kemudian melahirkan adanya variasi pesantren tahuasus, modern atau campuran. dalam perspektif yang sama, Zamakhsyari Dhofier mengkategorisasikan pesantren secara dikotomotis menjadi pesantren salaf hanya mengajarkan kita-kitab Islam klasik sebagai inti pendidikannya. Penerapan sistem madrasah pada pesantren hanya untuk memudahkan sistem sorogan sebagai metode pengajaran kitab klsik, tanpa mengenalkan pengajaran pengetahuan umum. Sedangkan pesantren khalaf telah memasukkan pelajaran-pelajaran umum dalam madrasah-madrasah yang dikembangkan atau membuka tipe-tipe sekolah umum di dalam lingkungan pesantren.⁴

Tidak semua Pesantren mengalami perubahan yang sama. Kini telah berkembang bermacam-macam tipe pendidikan pesantren yang masing-masing mengikuti kecenderungan yang berbeda-beda. Secara garis besar lembaga-lembaga pesantren pada dewasa ini dapat dikelompokkan dalam dua

² Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi pesantren*, (Jakarta: LP3ES,2011), hlm.44.

³ Abdurrahman Wahid, *Bunga Rampai Pesantren*, (Jakarta: Dharma Bhakti, 1999), 74.

⁴ A. Malik M. Thaha Tuannya, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Balai Penelitian pengembangan agama, 2007), hlm. 8-9.

kelompok besar yaitu:⁵ *pertama*, Pesantren Salafi yang mempertahankan pengajaran kitab islam klasik sebagai inti pendidikan di pesantren. Sistem Madrasah diterapkan untuk memudahkan sistem sorogan yang dipakai lembaga-lembaga pengajian bentuk lama, tanpa mengenalkan pengajaran pengetahuan umum. *kedua*, Pesantren Khalafi yang memasukkan pelajaran-pelajaran umum dalam madrasah-madrasah yang dikembangkannya, atau membuka tipe sekolah-sekolah umum dalam lingkungan pesantren. Sebagai contoh di Pesantren Zainul Hasan Genggong telah membuka pendidikan formal mulai dari Tk sampai dengan Perguruan Tinggi, dan sementara itu tetap mempertahankan pengajaran kitab-kitab klasik.

Dewasa ini telah banyak jenis pondok pesantren sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam yang mencoba mengimbangi tuntutan modernisasi dengan membangun pondok pesantren modern. Namun tak jarang pula karena kurang mampu dalam mengadopsi modernisasi pendidikan dengan baik, maka hal tersebut dapat mengancam daya saing peserta didik pondok pesantren modern. Misalnya saja fenomena yang terjadi saat ini, yaitu gaya hidup konsumtif yang terjadi di kalangan santri. Gaya hidup konsumtif tersebut dapat terlihat dari cara santri dalam memutuskan barang-barang yang hendak dibeli, digunakan dan konsumsi baik pada saat di dalam dan diluar komplek pondok pesantren modern.

Pondok pesantren di harapkan mampu mengembangkan sistem belajar mengajar, kurikulum yang berlaku serta sikap mental yang harus dimiliki oleh

⁵ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, hlm.41.

setiap santri sesuai dengan kebutuhan di dalam menghadapi persaingan zaman saat ini. Para santri Pondok Pesantren diharapkan mampu menuntut ilmu agama dan umum guna meningkatkan kemampuan bersaing di era globalisasi sesuai dengan tujuan didirikannya Pondok Pesantren modern. Begitu pula dengan Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong, Pajarakan, Probolinggo, yaitu pondok pesantren yang berbasis pada *ahlussunnah wal jama'ah* dan dikhkususkan untuk santriwati dalam memahami dan mendalami ilmu-ilmu agama, yang memadukan antara model pesantren modern dan klasik. Santri pondok pesantren diharapkan mampu melakukan perubahan sosial dan dapat menularkan ilmu kepada masyarakat, dengan memberikan contoh yang baik dan membanggakan dari segi akademik dan interaksi sosial masyarakat. Melalui kapabilitas sebagai agen perubahan sosial, santri dapat menularkan perilaku positif kepada masyarakat yang ada di sekitarnya.

Sebagai Pendapat Yaqub, yaitu melakukan kapabilitas sebagai agen perubahan sosial, santri dapat menularkan perilaku positif kepada masyarakat di sekitarnya. Jika dilihat dari usia para santri yang dapat dikatakan remaja, yakni usia tiga belas sampai dua puluh tahun merupakan masa pencarian identitas diri. Di satu sisi remaja ingin diakui sebagai individu, sementara pada saat yang sama remaja harus mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebayanya. Pada masa remaja cenderung pada kelompok acuan mereka, baik dalam menentukan pilihan atau pengembalian keputusan.⁶

⁶ A. M, Diponegoro. 2005. *Afek dan Kepuasan Hidup Santri*. Jurnal Psikologi Islam. Vol.1 No. 2.

Dalam perilaku berkonsumsi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peranan ketentuan terhadap agama sebagai tolak ukur cara pandang terhadap kehidupan dunia yang cenderungan mempengaruhi gaya hidup, perilaku dan selera. Maka saat muncul sifat israf atau berlebihan, Allah memberi batasan kepada hambanya dalam berkonsumsi, sebagaimana Allah beriman dalam Al-Qur'an. Salah satu contohnya adalah QS. Al-Isra' ayat 27 yg berbunyi "Janganlah engkau menghambur-hamburkan harta. Sesungguhnya orang-orang yg memubazirkan hartanya adalah saudara setan".⁷ Al-Qur'an dan as-sunnah menjadi sumber utama sekaligus pedoman yang mengatur kehidupan umat islam di dunia. Jika seluruh umat Islam menggunakan pedomannya, yang mengatur kehidupan sosial masyarakat umat Islam akan ideal. Namun demikian, kehidupan umat islam tidak semuanya mencerminkan isi Al-Qur'an dan As-sunnah, Yakni gaya hidup konsumtif yang berlebihan.

Pengaruh globalisasi terhadap masyarakat selalu mengalami transformasi dari waktu ke waktu, tidak ada masyarakat satupun mempunyai potret yang sama. Apabila di cermati pada waktu yg berbeda, baik pada masyarakat tradisional maupun masyarakat modern. Meskipun dengan laju perubahan yang bervariasi, ada banyak aspek yang mengalami perubahan baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, gaya hidup bahkan dalam sistem kepercayaan dan pandangan duniapun ikut berubah.⁸

⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Diponogoro, 2004), hlm.227.

⁸ Redfield, *Dinamika Masyarakat dan Keebudayaan Bali* (Denpasar: Balai Pustaka, 1994),hlm.3

Salah satu hal yang penting dalam hubungan antar manusia secara sosial adalah melalui perantara benda-benda. Budaya materi (material culture) adalah nama yang diberikan pada kajian hubungan manusia-benda seperti ini. Istilah ini menunjukkan pentingnya manfaat obyek sehari-hari dan mengindikasikan bahwa perhatian terhadap barang-barang materi kehidupan sehari-hari tidak berarti mengabaikan kepedulian terhadap makna, simbol atau moral. Budaya konsumen merupakan bentuk khusus budaya materi yang berkembang saat ini.⁹

Pada era post-modernisme, semakin banyak masyarakat yang membeli barang jasa dan jasa bukan sekedar karena nilai kemanfaatannya atau karena didesak kebutuhan yang tidak bisa ditunda. Hal itu terjadi karena dipengaruhi gaya (*life style*), demi sebuah citra yang di arahkan dan dibentuk oleh cara berfikir masyarakat constumer yang tiap kali telah terhegemoni oleh pengaruh iklan dan mode lewat televisi, tayangan infotainment, majalah fashion, gaya hidup seleberitis, dan berbagai bentuk budaya populer lain.¹⁰

Sebagian masyarakat menganggap bahwa kehidupan pesantren identik dengan kesederhanaan, baik dalam berbusana, makanan, dan lain sebagainya. Hal ini tidak sesuai dengan realita yang ada di kalangan santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Jawa Timur yang terindikasi mengalami hal yang sama, meski dengan standar yang berbeda.

⁹ Celia Lury, *Budaya konsumen*, terj. Hasti T, Champion, (Jakarta: Yayasan Pelita Obor,1998).hlm1.

¹⁰ Bagong Syanto, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2013),hlm.2.

Hal ini terlihat dari gaya hidup (*life style*) santri mengikuti perkembangan zaman. Gambaran gaya hidup santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong menjadi menarik untuk diteliti. Pasalnya, seolah-olah ada kekuatan besar yang telah menggeser nilai-nilai dasar keagamaan, dan dibalik maraknya perilaku konsumtif di kalangan santriwati tersebut, mucul kesalahan-kesalahan yang menyebabkan timbulnya fenomena kontrovesional dan kesadaran yang melekat pada diri santri, kini mulai memudar dengan sendirinya, seperti tidak ada pembatas penggunaan laptop dan gadget secara tidak lansung otomatis santri tersebut aktif dalam menggunakan internet maupun sosial media lainnya. Bukan itu saja santriwati di Asrama Hafsha juga tidak ada batasan untuk berbelanja terutama berbelanja online mulai dari pakaian, kosmetik, kuliner dll, bahkan ada juga santriwati yg bertindak kriminal seperti halnya sering kasus pencurian uang, laptop, dan bahkan pakaian sekalipun, demi mempertahankan identitas dirinya terhadap teman sebayanya. Hal ini menunjukkan, bahwa perilaku gaya hidup konsumtif telah mengambil perhatian santriwati Genggong khususnya di Asrama Putri Hafshawati dalam membelanjakan uang, bahkan telah menggeser budaya pesantren yang dikenal dengan kesederhanaannya dengan satu perilaku konsumtif yg tidak akan pernah ada habisnya untuk diikuti, karena selalu berkembang dari waktu ke waktu.

Pergeseran tersebut bisa terjadi karena perkembangan zaman media massa tumbuh dan berkembang dengan subur, bak jamur di musim hujan. Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat di segala dimensi kehidupan

masyarakat. Hal ini menyebabkan terjadi perubahan-perubahan sosial baik secara positif maupun secara negatif. Perkembangan teknologi membuat santri terampit di antara dua pilihan. Di satu pihak santri menerima kehadiran teknologi, di pihak lain kehadiran teknologi modren justru menimbulkan masalah-masalah yang bersifat kultural yang kemudian merambah disemua aspek kehidupan santri.

Dewasa ini kemajuan teknologi informasi menuju ke arah globalisasi, komunikasi dirasakan cenderung berpengaruh langsung terhadap tingkat peradaban masyarakat dan bangsa. Kita sema menyadari bahwa perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini bergerak sangat pesat dan telah menimbulkan dampak positif maupun negatif terhadap tata kehidupan masyarakat di berbagai negara. Kemajuan bidang informasi membawa kita memasuki abad revolusi komunikasi. Bahkan ada yang menyebutkan sebagai “Ledakan Komunikasi”. Apabila globalisasi diartikan sebagai perkembangan kebudayaan manusia, maka globalisasi informasi dan komunikasi, diartikan sebagai teknologi elektronika yang mampu mendukung percepatan dan meningkatkan kualitas informasi ini tidak mungkin di batasi oleh ruang dan waktu.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media massa yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah di masyarakat. Informasi dalam bentuk apapun dapat disebar luaskan dengan mudah dan cepat sehingga mempengaruhi secara pandangan, gaya hidup, serta

budaya suatu bangsa. Maka tidak salah apa yang dikatakan Dennis McQ bahawa “Media massa merupakan salah satu sarana untuk mengembangkan tata-cara, mode, gaya hidup dan norma-norma”.¹¹

Dalam dunia modern, gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai- nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Masyarakat konsumen Indonesia tampaknya tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya semacam shoping mall, industri waktu luang, fashion, industri kecantikan, industri nasehat, industri gosip, kawasan huni mewah, dan berdirinya sekolah-sekolah mahal, kegandrungan terhadap merk asing, makanan serba instan (fastfood), telepon seluler (HP), dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke relung-relung jiwa yang paling dalam.¹²

Jadi konsumsi masyarakat modern bukan hanya berupa barang namun juga jasa manusia dan hubungan antara manusia. Segala hal bisa menjadi objek konsumen. Hasilnya adalah budaya konsumerisme mencengkal seluruh kehidupan umat.¹³ Budaya konsumeris kontemporer yang bercirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup yang seakan-akan menekankan kalau keberadaan penampilan diri justru telah mengalami estetisasi dalam realitas

¹¹ Muhammad Abdul Aziz, “*Perilaku konsumtif pondok pesantren pabelan Magelang Jawa Tengah*”, dalam Skripsi, Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2017.

¹² David Chaney, *LifeStyle, Sebuah Pengantar Komperehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra , 2011), hlm.8.

¹³ Jeand Baudrilard, *Masyarakat Konsumsi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana,2004),hlm.35.

kehidupan sehari-hari senantiasa akan menjadi sebuah proyek peningkatan gaya hidup konsumtif.¹⁴

Maka dari fenomena perilaku konsumtif yang ada, seorang santri perlu untuk memperkuat kualitas iman sehingga tidak mudah mengikuti hawa nafsunya. Pihak pesantren juga telah menerapkan penanaman relegiusitas dengan kewajiban menutup aurat dan tidak berpakaian ketat, kegiatan pesantren juga dimulai dengan sholawat berjamaah, membaca Al-Quran, pengkajian kitab-kitab kuning, program hafalan Al-Quran, mujahadah dan pembacaan sholawat dhiba' secara rutin dan berbagai kegiatan religious lainnya. Diharapkan dengan adanya kegiatan tersebut mampu menjadi wasilah kontrol diri bagi santriwati Pondok Putri Hafshawaty Zainul Hasan Genggong, sehingga mampu mencegah perilaku buruk salah satunya adalah perilaku konsumtif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian merumuskan masalah sebagai batasan yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah tersebut yakni:

1. Bagaimana perilaku konsumtif santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur?

¹⁴ David Chaney, *Life style Sebuah Pengantar Komperehensif*, hlm.15-16.

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah di atas penulis sudah selayaknya mempunyai tujuan dan kegunaan peneliti, adapun tujuannya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur?
2. Untuk mengkaji faktor-faktor apa saja yang melatarai gaya hidup konsumtif santriwati di Podok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur?

Selanjutnya penelitian ini di harapkan dapat menghasilkan manfaat praktis sekaligus teoritis.

1. Manfaat praktis karena penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan menyelsaikan studi S1 di fakultas Ushuluddin Dan pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga.
2. Pada ranah pesantren, diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan gambaran tentang kehidupan santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur?

3. Pada ranah akademik, diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi atau menambah khasanah ilmu khususnya dalam bidang ilmu sosiologi agama, khususnya tentang kajian gaya hidup santri.
4. Pada ranah kebijakan pemerintah, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi kebijakan soal perkembangan kurikulum pendidikan pesantren.

D. Kajian Pustaka

Literatur-literatur yang membahas perilaku kosumtif menjadi rujukan pokok. Literatur tersebut berupa buku dan hasil penelitian lain untuk mempermudah dalam penulisan ilmiah, di antaranya seperti judul yang dijelaskan di bawah ini:

Buku karya David Chaney yang berjudul *Lifestyles*,¹⁵ membahas mengenai masalah gaya hidup dan memperkenalkan tema-tema sentral dalam kehidupan sosiologis kepada masyarakat modern. Buku Karya Jean Baudrillard yang berjudul *Masyarakat Konsumsi*,¹⁶ membahas mengenai bagaimana di era saat ini orang-orang membeli barang bukan karna nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup dan budaya konsumsi masyarakat modern saat ini bukan dengan barang saja namun juga jasa manusia.

Karya lain adalah Mike Featherstone, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*,¹⁷ yang membahas mengenai munculnya posmodernisme yang

¹⁵ David Chaney, *Lifestayles: Pengantar Komperehensif*, hlm. 20.

¹⁶ Jean Baudrillard, *Masyarakat konsumsi*, hlm. 84.

¹⁷ Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm.

kemudian menjadi image budaya yang sangat kuat dan berpengaruh. Postmodernisme memunculkan berbagai permasalahan tentang produksi, transmisi dan dimensi pengetahuan dan kebudayaan.

Ada beberapa penelitian yang penulis temukan sebagai rujukan lain, sari fathonah¹⁸ dalam skripsi menguraikan tentang “Peran Media dalam Pembentukan Perilaku Konsumerisme Remaja putri di kalangan Siswa SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta “, Sari Fathonah menjelaskan bahwa perilaku konsumtif siswa putri pada sekolah tersebut dipengaruhi oleh peran media, khususnya Majalah Kawanku yang menjadi bacaan siswa putri pada sekolah tersebut.

Sementara itu Masamah,¹⁹ dalam skripsinya menguraikan tentang “Gaya Hidup Santri Wati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Berdasarkan penelitian yang dilakukan Masamah, Tengah Budaya Konsumerisme” Para santriwati berpendapat bahwa konsumerisme adalah budaya yang boros, menghamburkan uang dan tidak penting . Konsumerisme di pesantren Wahid Hasyim menurutnya berada pada taraf yang sewajarnya.

Jurnal Karya Muhamad Rizky Khadafi dengan judul : Model Peer Pressuer Dengan Perilaku Konsumtif Produk Makanan Pada Remaja. Banyaknya jenis produk makanan saat ini menjadi masalah utama pada

204

¹⁸ Sari Fhathonah, “*Media dan pembentukan Konsumerisme di kalangan remaja putri (Komtruksi Gaya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah)*,” dalam Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga. Hlm.65

¹⁹ Masamah, “*Gaya Hidup Santri wati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di tengah budaya Konsumerisme .*” dalam skripsi, Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016.

remaja yang memiliki perilaku konsumtif dalam hal produk-produk makanan.

Peer pressurure merupakan salah satu faktor yang menjadi penyebabnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara model peer pressur dengan perilaku konsumtif produk makanan pada remaja.²⁰

Jurnal Karya Ervin Ika Rosita dengan judul : Rasionalitas Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren Darul ulum jombang, Dasar penlitian dalam penelitian ini adalah bagaimana Rasionalitas Konsumtif Santriwati Pondok pesantren Darul Ulum Jombang. Hasil penelitian secara ringkas menunjukkan bahkan santri wati di pondok banyak yg membawa alat gadget yaitu smartpone dan laptop sebagai alat komunikasi dan kebutuhan mengerjakan tugas sekolah dan di pondok. Selain itu santri wati memakai hijab karna dorongan dari orangtua, orang tua mengarahkan ke anak tentang pentingnya nilai agama dalam kehidupan. Oleh karena itu orang tua menginginkan anaknya masuk kepesantren agar lebih mendalami ilmu agama.²¹

Dari kajian literature-literatur terkait perilaku konsumtif, penelitian telah melakukan pemetaan dari segi fokus kajian studi, konsep, dan teori serta dilakukan tempat atau subjek penelitian yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu terfokus kepada produk yang mereka beli. Berbagai pustaka tersebut, belum ada yang sepesifik membahas perilaku konsumtif santriwati di sebuah pondok pesantren, fenomena-

²⁰ Muhammad Rizky Khadafi. Model Peer Pressur dengan Perilaku Konsumtif Produk Makanan Pada Remaja”, Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang, Vol. 3. No. 1, Juli 2015.

²¹ Ervin Ika Rosita. Rasionalitas Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang”, Jurnal Mahasiswa Unesa. Vol. 1. No. 3, Juli 2015.

fenomena di atas mendorong peneliti untuk merumuskan masalah yaitu bagaimana perilaku konsumtif pada santriwati pondok pesantren modern. Penelitian ini penting di lakukan untuk mengetahui latar belakang dan faktor-faktor penyebab dari perilaku konsumtif pada santri pada solusi untuk mengurangi perilaku konsumtif yang telah menjadi gaya hidup santri terlebih khususnya santriwati. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang perilaku gaya hidup konsumtif santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur.

E. Kerangka Teori

Dalam pandangan Dahlan Lina & Rosyid, mengatakan perilaku konsumtif ditandai adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang di anggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya melalui pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini di perkuat oleh Anggasari, yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan manfaatnya sehingga sifat menjadi berlebihan.²²

Menurut Tiurma Yustisi Sari,²³ perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengkonsumsi barang-barang

²² Wahyudi. "Tinjau, *Tentang perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*". Dalam Journal Sosiologi, Volume 1, Nomor 4, 2013: 26-36

²³ Tiurma Yustisi Sari, "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri". Dalam skripsi Universitas Sumatra Utara, 2009, hlm.67.

yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan yang di dorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata dari pada kebutuhan. Sari merumuskan definisi trauma tersebut di ramu dari beberapa pendapat, seperti Sachari, yang mendefinisikan perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.

Menurut Hempel perilaku konsumtif terjadi karena ada ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Hal ini di tandai dengan emosi yang tinggi, kadang tidak disadari. Dahlan mengatakan perilaku konsumtif di tandai dengan emosi yang tinggi, kadang tidak disadari. Dahlan mengatakan perilaku konsumtif di tandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, pengguna segala hal yang di anggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang di kendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Lebih lanjut, Sumartono Mengatakan perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis sebuah produk di pakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain Yayasan lembaga Indonesia mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan mengkonsumsi tanpa batas yang lebih mementingkan faktor ke inginan daripada kebutuhan.

Menurut Moningka, ada tiga tipe perilaku konsumtif yaitu:

1. Konsumsi adaptif yaitu yang mengkonsumsi barang atau jasa atau ketagihan
2. Konsumsi komplusif berbelanja secara terus menerus tanpa memperhatikan apa sebenarnya ingin di beli
3. Pembelian impulsive pada *implusi buying*, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.²⁴

a. Ciri-ciri Orang Berperilaku Konsumtif

Perilaku orang konsumtif menurut sumartono amatlah variatif , tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atau dasar kebutuhan.²⁵ Perilaku tersebut Nampak beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Membeli produk karena hadiahnya.

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- 2) Membeli produk karena karna kemasannya menarik.

Konsumen peria metroseksual mudah terbujuk untuk membeli produk yang di bungkus dengan rapid an dihias dengan warna-warna yang menarik.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

²⁴ C. Moningka, “*Konsumtif: antara Gengsi dan Kebutuhan* “,dalam <http://www.Suarapembaruan.com>, diakses Tanggal 20 Desember 2018.

²⁵ Sumartono, *Terperangkap dengan iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*,(Bandung: Alfabeta. 2002),hlm.58

Konsumen pria metro seksual mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya mereka mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya bertujuan agar pria metroseksual selalu berpenampilan menarik. Mereka membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaatnya).

Konsumen pria metroseksual cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang di anggap paling mahal.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.

Pria metroseksual mempunyai kemampuan membeli yang tinggi dalam berpakaian, berdandan, gaya potong rambut, dan sebagainya sehingga dapat menunjukkan sifat eksklusif dengan citra yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan menarik dimata orang lain.

- 6) Memakai sebuah produk karena unsur konfirmatis terhadap model yang mengiklankan produk.

Pria metroseksual cenderung meniru tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan sengaja sesuatu yang dipakai tokoh yang diidolokannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang di

pakai tokoh yang di idolakannya. Pria metroseksualisasi cenderung dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.

- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Pria metroseksual sering terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross dan Cross juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- 8) Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (mereka berbeda).

Konsumen model seperti ini cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari sebelumnya ia gunakan meskipun produk tersebut blum habis di pakainya.²⁶

b. Faktor-Faktor Pendorong Munculnya Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dan Amstrong²⁷ ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses perilaku pembelian. Berdasarkan konteks pria metroseksual maka faktor-faktor yang mempengaruhi adalah :

²⁶ Sumartono, "Pengertian Perilaku Konsumtif", Dalam <http://www.Landasanteori.com> hml. 15 Agustus 2016.

²⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi IX*, (Jakarta: PT.Indek Kelompok Media, 2004),hlm.84.

1) Pekerjaan

Pria metroseksual kebanyakan adalah eksekutif muda. Masalah penampilan jelas terlihat dari pakaian dengan segala atributnya seperti dasi, sepatu sampai parfum dan sebagainya. Faktor yang relevan dengan sisi penampilan juga ditambah dengan perawatan tubuh mulai dari salon, spa dan klub fitness.

2) Situasi Ekonomi

Kartajaya, mengatakan bahwa pria metroseksual biasanya berasal dari kalangan dengan penghasilan ekonomi yang besar. Besarnya materi yang di keluarkan untuk menunjang perilaku konsumtif yang mereka lakukan bukan menjadi masalah.

Sedangkan menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, social, pribadi, psikologi.²⁸

1) Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seorang karena budaya tumbuh dalam masyarakat sejak kecil. Pengertian budaya itu sendiri adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.²⁹ Setiap masyarakat mempunyai budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku pemberian bervariasi amat besar, oleh karenanya pemasar selalu

²⁸ Agus Whyudi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen", Dalam <https://www.google.co.id>. Tanggal 20 April 2016.

²⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, hlm.99.

mencoba menemukan pergeseran budaya agar dapat mengetahui produk baru yang mungkin di inginkan.

a) Sub-Budaya

Subbudaya adalah sekelompok orang yang mempunyai system nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi, termasuk juga agama, kelompok ras, dan wilayah geografi. Banyak subbudaya yang membentuk segmen pasar penting , dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang di sesuaikan dengan kebutuhan mereka.

b) Kelas Sosial

Kelas social adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggota yang menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa. Kelas social menentukan pemilihan produk dan merek tertentu dalam bidang –bidang seperti pakaian, peralatan rumah tangga dan sebagainya.

2) Faktor Sosial

Tingkah laku konsumen juga di pengaruhi oleh faktor-faktor social, seperti klompok kecil, keluarga, serta peran dan status social konsumen.

a) Kelompok Acuan

Tingkah laku seorang yang di pengaruhi oleh kelompok kecil. Klompok yang mempunyai pengaruh langsung dan seseorang yang menjadi anggotanya di sebut kelompok keanggotaan. Beberapa merupakan klompok primer yang mempunyai interaksi regular tapi

informasi, seperti keluarga teman, teman, tetngga dan rekan kerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder , mempunyai interaksi lebih formal dan kurang regular, mencakup kelompo keagamaan. Asioasi professional dan seriakat pekerja. Kelompok acuan berfungsi sebagai titik perbandingan atau langsung (tatap muka) atau tidak langsung dalam membentuk sikap dan tingkah laku seseorang.

b) Keluarga

Selain kelompok keluarga juga sangat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, salah satu contoh yang paling dominan adalah keterlibatan suami istri dalam proses pembelian.

c) Peran dan Status

Peran dan Status seseorang ketika dia menjadi anggota kelompok, klub organisasi, posisinya di tentukan banyak peran dan status seseorang itu sendiri dalam organisasi, setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat misalnya peran manejer masyarakat mempunyai status yang lebih tinggi dalam masyarakat dibandingkan peran masyarakat lain pada umumnya.

3) Faktor Pribadi

Keputusan seseorong sebelum membeli suatu produk juga dapat dipengaruh oleh factor pribadi antara antara lain yaitu:

a) Umur dan Tahap Daur Hidup

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selaras akan makanan, pakaian, perabotan dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaanya.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerjaan kasar cenderung membeli banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantoran membeli lebih banyak jas dan dasi. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata akan produk dan jasa mereka.

c) Situasi Ekonomi

Situasi seseorang akan mempengaruhi perilaku dalam membeli produk. Pemasaran produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang memposisikan kembali, dan mengubah harga produknya.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, interes, dan opiniya. Gaya hidup mencakup sesuatu yang

lebih dari sekedar kelas social atau kepribadian seseorang dan gaya hidup penampilan pola breaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan didunia.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian seseorang yang jealus mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada kateristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan tahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Biasanya tercermin sebagai rasa percaya diri. Dominasi, kemudahan bergaul, menyesuaikan diri, dan keagrasifan. Hal ini dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk penilaian produk atau merek tertentu.

4) Faktor Psikologis

Pilihan Barang yang dibeli seorang konumen lebih lanjut di pengaruhi oleh empat faktor psikologi yang penting yaitu:

a) Motivasi

Motif (dorong) adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Kebutuhan berubah menjadi motif kalau merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi. Mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling penting, setelah kebutuhan tersebut terpuaskan kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan memuaskan

kebutuhan yang lebih penting selanjutnya, hal tersebut dikemukakan oleh teori Maslow pada bukunya Kolter.³⁰

b) Persepsi

Seorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak di pengarui oleh persepsi mengenai situasi. Persepsi itu sendiri itu adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

c) Pengetahuan

Jika seseorang konsumen bertindak maka dengan sendirinya mereka belajar. Pelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman , pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dari dorongan, rangsangan, petunjuk, respon, dan pemberian.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, prasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadapsuatu objek atau ide yang relative konsisten.

Sementara itu, konsumsi dalam pandangan sosiologi merupakan masalah identitas, selera atau gaya hidup artinya dengan aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi adalah kegiatan atau tindakan yang

³⁰ Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo,2002),hlm.105

mempergunakan komoditas barang atau jasa untuk memenuhi keinginan, dengan cara atau sikap yang umum, yang di pengaruhi oleh struktur dan pranata social dan sekitarnya.³¹

Kajian Konsumsi itu erat kaitannya dengan gaya hidup. Istilah gaya hidup (lifestyle) dalam arti sosiologis merujuk pada gaya hidup yang khas dalam berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, individualitas, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, dan pilihan hiburan, dan sebagainya di pandang sebagai indikator dari selera serta rasa dari konsumen.³² Gaya hidup merupakan bagian dari dunia modern, dengan kata lain bagian dari modernitas. Artinya siapa yang hidup dalam masyarakat modern untuk menggambarkan sebuah tindakan menggunakan tindakan menggunakan ide tentang gaya hidup.³³ David Chaney³⁴ menggambarkan bahwa gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara suatu orang dengan orang lain. Dengan kata lain gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya membuat eksisnya diri dengan cara dengan cara tertentu dan berbeda dengan orang lain.³⁵ Oleh karena itu

³¹ Damsar, *Sosiologi Ekonomi Edisi*. (Jakarta: PT. Gajafindo Persda, 2002), hlm. 120—121.

³² Mike Featherstone, *Posmodernisme dan budaya Konsumen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 201.

³³ Abdul Aziz, Muhammad, *Perilaku Konsumtif Sntri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah*. Skripsi Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam UIN SUKA Yogyakarta (2016), hlm. 22.

³⁴ David Chaney, *Life Style: Sebuah Pengantar*, hlm.40.

³⁵ Alfathri Adlin, *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2006) hlm. 108.

sebuah perilaku konsumtif merupakan suatu dampak dari pomedern, dimna orang berada dalam keadaan membutuhkan eksistensi dan kepuasan.

Untuk mendapatkan kepuasan dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan gaya hidup memerlukan sebuah ruang dan waktu. Sebagaimana diungkapkan oleh Yasraf Amir Piliang³⁶ bahwa gaya hidup ialah pola penggunaan ruang, waktu dan objek yang khas kelompok masyarakat tertentu. Dengan demikian gaya hidup menunjukkan bagaimana kelompok social tertentu menggunakan ruang, waktu dan barang dengan pola, gaya atau kebiasaan tertentu yang di lakukan secara berulang-ulang. Jika dikaitkan dengan ruang dan waktu dunia pesantren, maka gaya hidup adalah bagaimana pola, kebiasaan dan gaya kelompok santri dalam melakukan rutinitas praktik sosiologis lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai status tertentu.

Gaya hidup khas pesantren sebagaimana lazimnya lembaga pendidikan, merupakan kegiatan yang dapat terlihat dari perilaku sehari-hari santri dalam menggunakan busana, berpenampilan dan mengekspresikan diri dalam kegiatan pendidikan.³⁷

³⁶ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat*, (Yogyakarta: Jalasutra,2004) hlm. 60.

³⁷ Abdul Aziz, Muhammad, *Perilaku Konsumtif Sntri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah*. Skripsi Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam UIN SUKA Yogyakarta (2016), hlm. 23.

F. Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian dapat di artikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁸ Komponen-komponen yang akan di tempuh penulis dalam menggali dan menganalisa data untuk menemukan jawaban permasalahan. Metode penelitian bertujuan agar suatu penelitian dapat memenuhi ciri keilmuan yaitu : sistematis, empiris, rasional, terarah, dapat di pertanggung jawabkan, dan memiliki hasil yang maksimal. Adapun metode penelitian yang di gunakan adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*).³⁹

Penelitian yang di lakukan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan informan. Penelitian ini bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.⁴⁰

2. Subyek Penelitian.

Sebuah penelitian (Kualitatif) harus memiliki subyek penelitian dalam rangka membantu mengumpulkan data, subyek penelitian yang di ambil adalah pengurus dan santriwati Genggong asrama Hafsyawati Pajarakan Probolinggo. Data primer peneliti dapatkan dari tiga pengurus pondok, di antaranya adalah ketua umum,

³⁸ Sugiyono, *Metode Penulisan Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm.3.

³⁹ Lexy J. Moleong, *Metodelogi penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2007), hlm.26.

⁴⁰ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar. *Metodelogi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 5.

salah satu pengurus devisi keamanan dan ibadah jam'iyah, serta santriwati di Asrma Putri Hafshawaty Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong, baik santriwati mahasiswi maupun santriwati pelajar dengan alasan agar data yang diperoleh lebih fokus.

3. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah tempat di dapatkannya data dalam penelitian yang terjadi dari sejenis data pada tahap koleksi data, terbagi menjadi dua jenis:

a. Data Primer

Data primer adalah pengambilan data pertama atau utama yang menjadi acuan dan di dapatkan langsung dari lapangan atau dari subyek penelitian melalui observasi dan wawancara.⁴¹ Data primer tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun bentuk file-file dan harus di cari melalui narasumber atau informan.⁴² Adapun yang menjadi data primer adalah hasil wawancara dan observasi tetap dengan para dua santriwati mahasiswi maupun dua santriwati pelajar Pondok Putri Pesantren Zainul Hasan Genggong.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data kedua atau data yang secara tidak langsung tidak berhubungan dengan informan yang akan di teliti atau merupakan data pendukung dari penelitian yang di peroleh dari

⁴¹ Bagong suyanto dan sutinah, *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif pendekatan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2006), hlm, 55.

⁴² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif*,hlm. 129.

lembaga atau instansi lainnya.⁴³ Data sekunder sifatnya sudah tersedia, meliputi referensi maupun penulisan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif terhadap santri dan faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif tersebut. Diantaranya yaitu buku, artikel, jurnal, majalah dan sebagainya. Serta data sekunder peneliti dapatkan dari beberapa dokumentasi dan arsip di Asrama Putri Hafshawaty Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong yang berhubungan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu angka yang harus di tempuh dalam mengadakan suatu penulisan agar diperoleh data yang harus di tempuh dalam mengadakan suatu penulisan agar di peroleh data yang sesuai dengan apa yang di konsepsikan dan dapat di pertanggung jawabkan. Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini adalah :

a. Teknik Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan metode yang pertama-tama digunakan dalam melakukan penelitian ilmiah. Pengamatan menuntut dipenuhnya syarat-syarat tertentu yang merupakan jaminan bahwa hasil pengamatan memang sesuai dengan kenyataan yang menjadi sasaran perhatian. Dalam hal ini, pengamatan sekaligus menjadi cara untuk melakukan ceking silang (*crosscheck*) atas hasil wawancara.⁴⁴

⁴³ Bagong suyanto dan sutinah, *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif pendekatan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2006), hlm, 57.

⁴⁴ Koentjaraningrat, *Meode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta : PT Gramedia, 1989), hlm. 109-111.

Pengamatan sebagai metode pengumpulan data, secara umum dapat dibagi dalam dua jenis teknik pengamatan.

- 1) Pengamatan murni, yaitu pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tanpa terlibat dalam aktivitas sosial yang berlangsung.
- 2) Pengamatan terlibat, dimana peneliti melibatkan dirinya dalam proses kehidupan sosial masyarakat yang diteliti dalam rangka melakukan “empati” terhadap subyek penelitian. Dengan teknik pengamatan terlibat penelitian, dapat juga menyebabkan terjadi *cultural blindess* dimana peneliti tidak dapat lagi melihat hal-hal menarik, karena kehidupan budaya itu telah menjadi bagian dari kehidupan dirinya (Abdullah,2003 : 39).⁴⁵

Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung dan teliti terhadap fenomena di lapangan. Observasi digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengamati dan melihat secara langsung aktivitas subyek yang akan diteliti, kemudian mencatat dan melaporkan hasil sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini yang menyangkut kegiatan observasi adalah 1) Perilaku gaya hidup santriwati di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur. 2) Kegiatan bersama yang dilakukan santriwati di Asrama Putri Hafshawaty di Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul

⁴⁵ Moh. Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama* (Yogyakarta : SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012),hlm.120.

Hasan Genggong dengan bentuk kegiatan sehari-hari. Dalam pengamatan ini peneliti menggunakan pengamatan murni yang di rasah lebih efisien dan mampu mengetahui hal-hal yang menarik di lapangan.

b. Teknik Wawancara

Wawancara (Interview) merupakan salah satu teknik paling penting urgensi dalam penulisan kualitatif. Wawancara dalam penulisan kualitatif menurut Denzim dan Lincoln (1994: 353) adalah percakapan seni bertanya dan mendengar (The art of asking and listening).⁴⁶

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai para pengurus dan santriwati, baik santriwati mahasiswi maupun pelajar yang berada di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong di Probolinggo Jawa Timur, yang di anggap dapat diberikan keterangan dalam mendapatkan informasi tentang maraknya perilaku gaya hidup konsumtif di kalangan santriwati di Asrama Putri Hafshawaty Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong. Wawancara digunakan karena memungkinkan peneliti mengetahui pemahaman yang objektif dan jelas.

⁴⁶ Moh. Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama* (Yogyakarta : SUKA-Press, 2007), hlm,40.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat, kabar, majalah, agenda, dan sebagainya.⁴⁷ Pengumpulan dokumen digunakan untuk menambah informasi yang diteliti. Macam-macam dokumentasi adalah arsip-arsip, foto, autobiografi, dan surat-surat. Pengumpulan dokumen meliputi kondisi latar penulisan yakni:

- 1) Foto wawancara dengan informan maupun responden.
- 2) Foto dokumentasi kegiatan atau arsip-arsip yang bisa digunakan.

d. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, penulis menggunakan teknik pengolahan data analisis deskriptif dan eksplanasi (penjelasan). Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang dilakukan dalam rangka mencapai perubahan terhadap sebuah fokus kajian yang kompleks. Sedangkan analisis eksplanasi (penjelasan) adalah sebuah teknik analisis data yang bertujuan untuk menyediakan informasi, penjelasan, alasan-alasan, dan pertanyaan mengapa suatu hal bisa terjadi.⁴⁸

Dalam Penelitian ini, data yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dianalisis dan hasil analisis dikaitkan

⁴⁷ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 236.

⁴⁸ Moh. Soehada, *Metode penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agma...*,hlm.155-116.

dengan teori, sehingga peneliti mampu mengelompokkan beberapa indikator yang berdasarkan pada data di suatu lapangan.

G. Sistematika Pembahasan

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan akan di paparkan menjadi beberapa bab. Tujuannya untuk lebih mempermudah dalam memahami dan membahas prmasalahan yang diteliti, maka penulis membuat sistematika pembahasan yaitu:

BAB I, berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan yang terakhir sistematika pembahasan.

BAB II, berisi tentang gambaran umum pondok pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo, visi dan misi pesantren, serta data pendidik dan santri.

BAB III, berisi penjelasan tentang topik penelitian dan pemetaan terhadap data penelitian dan analisis penelitian berdasarkan kerangka teori yang di gunakan.

BAB IV, yang secara fokus berusaha menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan perilaku gaya hidup konsumtif santriwati di Asrama Hafshawaty Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong. Selanjutnya sub bab-nya antara lain: faktor-faktor pendorong terjadinya perilaku

konsumentif, serta uraian dengan menggunakan bukti yang didapat dari ungkapan para informan.

Bab V, bab penutupan yang berisi kesimpilan dan saran dari peneliti.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dengan mengacu pada data dan hasil penemuan dilapangan tentang Perilaku Konsumtif Terhadap Santriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur, dapat memberikan kesimpulan sekaligus jawaban dari rumusn masalah sebagai berikut:

1. Gambaran perilaku konsumtif santriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong, Probolinggo, Jawa Timur, perilaku tersebut Nampak dari beberapa hal sebagai berikut: (1) Motif untuk Mendapat Hadiyah, Santriwati Hafshawaty lebih cenderung membeli produk-produk apa saja yang menawarkan hadiah, mereka berasumsi bahwa membeli produk karena hadiahnya memberikan kebahagiaan tersendiri. Selanjutnya adalah (2) Membeli Produk Karena Kemasan Menarik, kemasan produk yang menarik daya tarik santriwati Hafshawaty untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. (3) Membeli Produk demi Menjaga Penampilan dan Gengsi, Santriwati Hafshawaty cenderung membeli produk karena lebih mengutamakan penampilan dan gengsi, meskipun membeli produk dengan harga murah mereka dapat bisa memadupadankan produk murah tersebut untuk tetap terlihat trend dan modis, (4) Membeli Produk atas Pertimbangan Harga

(bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya). (5) Membeli Produk Hanya Sekedar Menjaga Symbol Status, Santriwati Hafshawaty membeli produk atas pertimbangan dan kemanfaatannya bukan karena membeli produk sekedar menjaga symbol status. (6) Memakai Sebuah Produk Karena Unsur Korfirmitas terhadap Model yang Mengiklankan Produk, Santriwati Hafshawaty cenderung mencoba produk-produk terbaru yang ditawarkan oleh model iklan produk. (7) Munculnya Penilain bahwa Membeli Produk dengan Harga Mahal akan Menimbulkan Rasa Percaya Diri yang Tinggi, Santriwati Hafshawaty membeli atau menggunakan produk dengan harga mahal dapat menambahkan rasa percaya diri, karena dengan membeli produk dengan harga yang mahal masyarakat sekitarnya akan memandang mereka sebagai individu yang ber-ekonomi menengah keatas. (8) Mencoba Lebih 2 Produk Sejenis (merek berbeda), Santriwati Hafshawaty cenderung membeli dua produk dari merk yang berbeda dengan fungsi yang sama, karena untuk membandingkan produk yang satu ke produk yang lainnya dan untuk mengoleksi.

Dapat dijelaskan menggunakan pendapat Sumartono tentang 8 (delapan) perilaku konsumtif , Santriwati Hafshawaty belum bisa dikategorikan berperilaku konsumtif. Akan tetapi, kecenderungan untuk mengarah berperilaku konsumtif itu ada. Dikatakan belum bisa dikategorikan berperilaku konsumtif karena dari hasil wawancara mendalam

mendapati kesadaran dalam membeli produk atas dasar kebutuhan dan manfaat dari barang tersebut.

2. Menurut Kolter dan Amstrong ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, meliputi (1) Faktor Budaya, setiap masyarakat mempunyai budaya dan pengaruh budaya, santriwati Hafshawaty lebih cenderung berpengaruh oleh budaya luar yang mana mereka lebih mengedepankan trend mode masa kini dari budaya luar, tanpa mengurangi sedikitpun identitas seorang santrinya. (2) Faktor Sosial, Santriwati Hafshawaty lebih cenderung untuk memutuskan membeli produk karena terpengaruh oleh lingkungan di sekitarnya. (3) Faktor Pribadi, keputusan santriwati Hafshawaty untuk membeli produk karena di pengaruhi oleh kareteristik pribadinya seperti umur, pekerjaan, gaya hidup serta kepribadian dan konsep konsumen. (4) Faktor Psikologis, Santriwati Hafshawati memutuskan membeli produk karena adanya motivasi didalam dirinya yang mana mampu mendorong santri menekan untuk mendukung tercapainya cita-cita seperti kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima, kebutuhan untuk diakui dan sebagainya.

Dari hasil pengamatan penulis di lapangan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang dipaparkan oleh Kolter dan Amtrong, bukan sekedar dari faktor budaya, soasial, pribadi, dan psikologi, tapi disini penulis menemukan faktor tambahan yang dapat

mempengaruhi perilaku konsumen yaitu terpengaruh karena adanya faktor internet dan sosia media, yang mana mempunya dampak yang banyak bagi penggunanya salah satunya berperilaku konsumtif dalam berbelanja online.

Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasantriwati Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong cenderung berpengaruh pada perilaku konsumtif, kenapa dikatakan cenderung berpengaruh pada perilaku konsumtif, jika dilihat dari faktor-faktor perilaku konsumen menurut Kolter dan Amtrong, ada beberapa faktor yang tidak ditemukan dari Santriwaty Hafshawaty semisal situasi ekonomi dan pekerjaan, para santri mengonsumsi barang dan jasa melihat dulu situasi ekonomi dan santriwati Hafshawaty berstatus pelajar dan belum mempunyai pekerjaan.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian berdasarkan uraian di atas penulis dapat memberikan saran-saran dengan tujuan supaya dapat memberikan referensi yang dapat dijadikan acuan agar kedepannya dapat lebih baik lagi. Saran-saran yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap agar pihak Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo, Jawa Timur, dapat meningkatkan menerapkan perilaku konsumsi secara Islam dan kajian-kajian ilmiah dan diskusi-diskusi tentang konsumsi islam

perlu dioptimalkan lagi sehingga santriwati lebih paham tentang konsumsi secara Islam. Dan bagi podok pesantren modern juga diharapkan mampu berperan berpengaruh seperti adat istiadat, status sosial dan status ekonomi dari santri.

2. Bagi orang tua (keluarga) santri, diharapkan mampu berperan serta dalam mengurangi gaya hidup konsumtif . Peranan orang tua dan keluarga dapat dilakukan dengan cara mengajarkan cara mengatur keuangan meliputi mengirimkan sesuai kebutuhan santri.
3. Bagi Santriwati Hafshawaty diharapkan mampu mengurangi gaya hidup yang konsumtif dan mulai berfokus pada peningkatan kualitas diri dan mampu memberikan pengaruh positif kepada masyarakat. Cara untuk mencegah berperilaku konsumtif dapat dilakukan dengan cara membuat daftar belanja sebelum membeli sehingga pengeluaran dapat terencana dengan baik setiap buannya dan menabung. Selain berhemat, santri dapat pula mengontrol keinginan dengan cara membeli barang sesuai kebutuhan. Kemudian cara menyiasati pengaruh teman untuk menjegah perilaku boros adalah dengan cara mengingatkan kegiatan positif seperti ibadah dan belajar serta lebih peka terhadap lingkungan sekitar.
4. Dalam kaitannya dengan peningkatan penelitian lapangan sebelumnya, penelitian yang akan datang sebaiknya mulai memperhatikan secara serius mengenai perilaku konsumtif pada

seluruh santri di pondok pesantren modern maupun salaffiyah, dan melihat dari sudut pandang faktor-faktor yang berbeda dari santri.



DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*.

Jakarta: Rineka Cipta.

Aziz, Abd. 2011. *Filsafat Pesantren Genggong*, Probolinggo: Genggong Press YPPZH Genggong,

Amir Piliang, Yasraf. 2004. *Dunia yang di Lipat*, Yogyakarta : Jalasutra.

Abdul Aziz, Muhammad. 2016. *Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Adlin, Alfatri. 2006. *Resistensi Gaya Hidup (Teori dan Realitas)* Yogyakarta : Jalasutra

Baudrillard, Jeand. 2004. *Masyarakat Konsumsi*, terj. Wahyunto, Yogyakarta : Kreasi Wacana, 2004

Chaney, David. 2011. *Lifestyl, Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraini, Yokyakarta : Jalasutra.

Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT. Gajafindo Persda.

Dhofier, Zamakhsyari. 2011. *Tradisi Pesantren Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta : LP3ES.

Diponorogo, A.M. 2005. *Afek dan Kepuasan Hidup Santri*. Vol.1. Nomor 2, Surakarta: Fakultas Psikologi UMS, 2005.

Emzir M. 2010. *Metodologi Penulisan Kualitatif* (Analisis Data). Jakarta : Raja Wali Pers.

Frathonah, Sari. Media dan Pembentukan Konsumerisme di Kalangan Remaja Putri (Kontrusi Gaya Hidup Remaja Putri SMU Muhammadiyah 4 Yogyakarta oleh Majalah Kawanku). Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Featherstone, Mike. 2008. Posmodenisme dan Budaya Konsumen. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Herdiansyah, Haris. 2010. Metodologi Penulisan Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.

Hidayati, Tutik. 2011. *Gaya Belajar Santri Dalam Memahami Materi Wawasan Kebangsaan di Pondok Pesantren Zainul Hasan (Genggong) Probolinggo*, Malang : Universitas Negeri Malang.

Irwansyah, Ika. 2007. Hubungan Media Massa dan Konsurisme (Perspektif Hiperrealitas Jeans Baudilard). Yogyakarta : UIN Suka Yogyakarta.

Kementerian Agama Republik Indonesia, AL-Qur'an dan Terjemah, Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2010.

Kolter, Philip. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX*, Jakarta : PT. Indek Kelompok Media.

Kolter, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prehallindo

Koentjaraningrat, 1989. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : PT

Gramedia

Lury,Celia. 1998. *Budaya Konsumen, terj. Hasti T, Champion*, Jakarta : Yayasan
Pelita Obor.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja
Rosdakarya.

Moningka, Konsumtif: *Antara Gengsi dan Kebutuhan Dalam*

<http://www.suarapembaruan.com> diakses Tanggal 20 desember 2018.

Masamah, 2008. *Gaya Hidup Santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di
Tengah Budaya Konsumerisme*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

Nata, Abuddin. 2012. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta : Rajawali Pers.

Redfileld, 1994. *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali*. Denpasar: Balai
Pustaka.

Sumartono, 2002. *Terperangkap dengan Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan
Televisi*. Bandung : Alfabeta.

Syanto, Bagong. 2013. *Sosial Ekonomi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

Sugiyono, 2007. *Metode Penulisan Kualitatif* . Bandung : CV Alfabeta.

Suyantono, Bagong dan Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai
Alternatif Pendekatan* Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Soehada, Moh. 2007. Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama. Yogyakarta : SUKA Press.

Thaha Tuannya, A. Malik M. 2007. *Modernisasi Pesantren*. Jakarta : Balai Penelitian Pengembangan Agama.

Tambunan, Raymond, 2019, Remaja dan Perilaku Konsumtif, dalam jurnal <http://www.duniaesai.com>, diakses tanggal 1 Agustus 2019.

Purnomo Setiady, Husaini Usman. 1996. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara

PZhenggong, "Letak dan Luas Pesantren Zainul Hasan Genggong", dalam <http://www.pzhenggong.or.id>, diakses Tanggal 20 Juni 2019.

PZhenggong, "Gambar Bunga Genggong", dikutip <http://pzhenggong.or.id>, diakses tanggal 19 Agustus 2019.

PZhenggong, "Kegiatan Pesantren", dikutip dari <http://www.pzhenggong.or.id>, di akses pada tanggal 19 Agustus 2019.

Wahyudi. 2013. *Tinjau Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. Jurnal Sosiologi*. Vol.1. Nomor 4, 2013.

Wahid, Abdurrohman. 1999. Bunga Rampai Pesantren. Jakarta : Dharama Bhakti.

Yustisi Sari, Tiurma. 2009. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. Skripsi Universitas Sumatra Utara.

Y, Maryono dan Istana, B. Patmi, 2007 *Teknologi Informasi dan Komunikasi*,
Edisi Pertama, Jakarta : Yudhistira.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Daftar Data Informan

1. Nama : Muslehatun Hasanah
Alamat : Situbondo
Umur : 21 Tahun
Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1 keperawatan)
2. Nama : Izzatul Ammalia
Alamat : Bondowoso
Umur : 17 Tahun
Jabatan : Pengurus Tingkat I
Pendidikan : Institut Zainul Hasan Genggong
3. Nama : Lutviatil Lailiyah
Alamat : Situbondo
Umur : 21 Tahun
Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1 keperawatan)
4. Nama : Nabilatur Rodiyah
Alamat : Kraksaan Probolinggo
Umur : 22 Tahun
Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1 keperawatan)
5. Nama : Faiqotun Nazilah

Alamat : Sumber Secang, Gading, Probolinggo
Umur : 21 Tahun
Jabatan : Pengurus Tingkat III
Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1
keperawatan)

6. Nama : Yuliatin

Alamat : Paiton
Umur : 21 Tahun
Jabatan : Pengurus Tingkat III

Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1
keperawatan)

7. Nama : Ayu Masitoh

Alamat : Pajarakan, Probolinggo
Umur : 21 Tahun

Pendidikan : Stikes Hafshawaty Pesantren Zainul Hasan Genggong (S1
keperawatan)

8. Nama : Novy Auliatal Faizah

Alamat : Leces, Probolinggo
Umur : 17 Tahun

Pendidikan : SMA Zainul Hasan Genggong

9. Nama : Sonia Ghandi

Alamat : Leces, Probolinggo
Umur : 17 Tahun

Pendidikan : MA Model Zainul Hasan Genggong

10. Nama : Isfina

Alamat : Jember

Umur : 17 Tahun

Pendidikan : MA Model Zainul Hasan Genggong.

Pedoman Wawancara

A. Identitas

NAMA	
ALAMAT	
UMUR	
JABATAN	
PENDIDIKAN	

1. Apakah anada membeli produk karena hadiahnya?
2. Apakah anda membeli produk karena kemasan menarik?
3. Apakah anada membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi?
4. Apakah anada membeli produk karena atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaanya)?
5. Apakah anada membeli produk dengan symbol status?

6. Apakah anda membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang melakukan produk?
7. Menurut anda apakah munculnya penilaian bahwa dengan membeli harga produk mahal dan bermerek akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi?
8. Apakah anda mencoba membeli produk lebih dari dua jenis (meerek berbeda)
9. Berapa jatah perbulan uang jajan yang dikirim orangtua anda?
10. Apakah anda pernah membeli produk karena terpengaruh lingkungan sekitar atau budaya luar sekalipun?

A. Daftar Gambar Dokumentasi

Gambar 1.

Pengasuh Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Pusat Beserta Jajarannya.





Jajaran Pengasuh Pesantren Zainul Hasan Genggong

Gambar 2.

Gerbang Utama Pondok Putri Hafshawaty Pesantren Genggong



Gambar 3.

Gedung Pondok Putri Hafshawaty bagi santriwati mahasiswa sekolah tinggi
kesehatan dan gedung bagi santriwati siswi



Gambar 4.

Fasilitas yang ada di dalam pondok putri Hafshawaty



Gambar 5.

Kegiatan ngaji kitab santriwaty Hafshawaty

bersama AL- Mukarrom Gus Dewa



Gambar 6.

Kegiatan piket masal Santriwati Hafshawaty di area sekitar Pondok Putri

Hafshawaty





Gambar 7.

Kegitan lomba Rebbana (Sholawat) Fhasion show Pondok Putri Hafshawaty dengan menggunakan gaun dari plastik atau bungkus makanan yang di daur ulang karya santri Hafshawaty



Lomba Rebbana (sholawat)



Lomba Fhasion Show

Gambar 8.

Foto Penulis dengan Informan santriwati Hafshawaty



Gambar 9.

Foto Lomba hias kamar santriwati Hafshawaty bersama Ning Rini selaku kepala Pondok Putri Hafshawaty



CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama	: Hikmatul Hasanah
Tempat/ Tanggal Lahir	: Probolinggo, 31 Oktober 1996
Nama Ayah	: Muhammad Kamsir
Nama Ibu	: Khomstun
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Dusun Krajan I Rt/Rw : 002/006, Jorongan, Leces, Probolinggo, Jawa Timur
Agama	: Islam
No. HP	: 085664080470
Email	: hikmatulhasanah78095@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

2001-2003	: TK AL- Bustomi Jorong Leces Probolinggo
2003-2009	: SDN Jorongan II Leces Probolinggo
2009-2012	: MTS Thoyyib Hasyim Jorongan Leces Probolinggo
2012-2015	: MA Zainul Hasan I Genggong Pajarakan Probolinggo