

**HUBUNGAN KEMATANGAN SOSIAL DENGAN KECENDERUNGAN  
PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH  
WAJAH PADA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN ALI MAKSUM**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Disusun oleh:  
Zulfa Azizah  
NIM : 06710001

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2011**

## **PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama : Zulfa Azizah

NIM : 0671001

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya adalah asli hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Jika dalam skripsi ini terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, bukan hasil karya peneliti sendiri atau merupakan plagiasi dari karya orang lain maka saya bersedia menerima konsekwensi dari pihak fakultas.

Jogjakarta, 07 Agustus 2011

Yang menyatakan



NIM 06710001



**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri  
Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-01/RO**

**SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Dudung Abdurrahman, M. Hum  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi

Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara

Nama	: Zulfa Azizah
NIM	: 06710001
Prodi	: Psikologi
Judul	: Hubungan Kematangan Sosial dengan Kecenderungan perilaku Konsumtif dalam Pembelian Produk Pemutih Wajah pada Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Oktober 2011  
Pembimbing,

Ruspita Rani P, S. Psi, M.M.  
NIP. 19760616 200501 2 002



**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri  
Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-01/RO**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN. 02/DSH/PP.00.9/1605/2011

Skripsi/ Tugas Akhir dengan judul:**HUBUNGAN KEMATANGAN SOSIAL  
DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU  
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN PRODUK  
PEMUTIH WAJAH PADA SANTRIWATI  
PONDOK PESANTREN ALI MAKSUM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Zulfa Azizah

NIM : 06710001

Telah dimunaqosahkan pada : Kamis, 10 November 2011

Dengan nilai : 83 / B+

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH**

Ketua Sidang

Ruspita Rani Pertwi S. Psi. M.M

NIP : 19760616 200501 2 002

Pengaji I

Erika Setyanti Kusuma Putri, S.Psi. M. Si

NIP. 19750514 200501 2 004

Pengaji II

Retno Pandan Arum K., M.Si

NIP. 19731229 200 801 2 005

Yogyakarta, 10 November 2011

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN

Prof. Dr. Dadung Abdurrahman, M.Hum

NIP. 19630306 198903 1 010

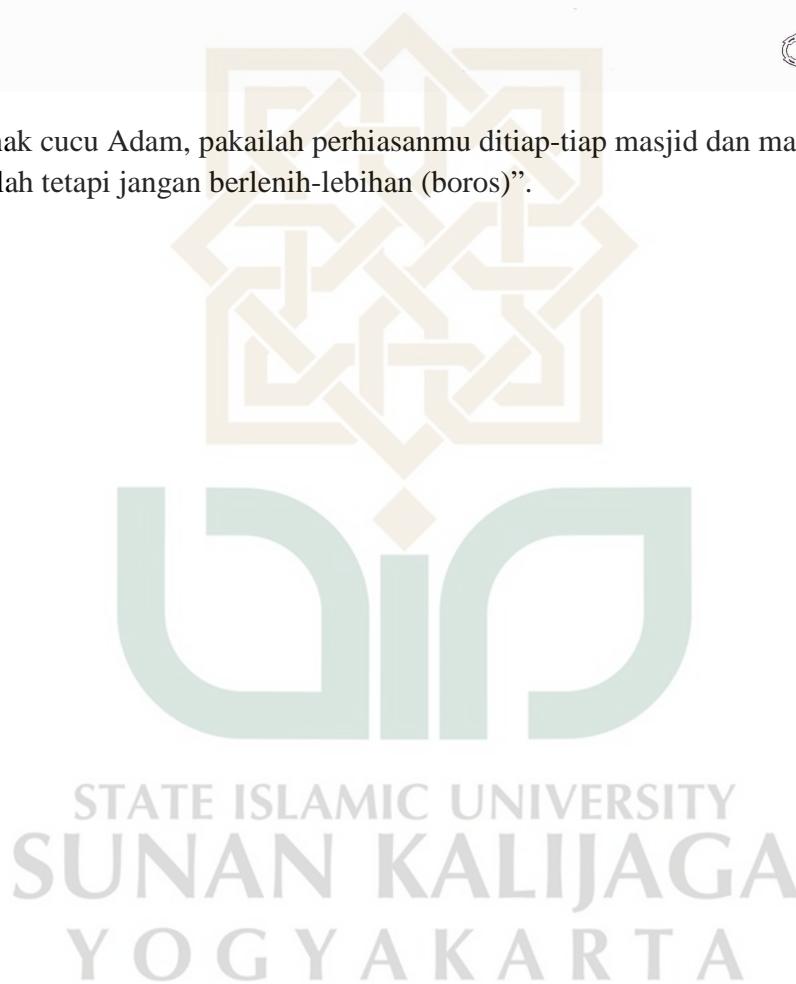


## MOTTO

َيَبْنَىَءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَآشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak cucu Adam, pakailah perhiasanmu ditiap-tiap masjid dan makanlah dan minumlah tetapi jangan berlenih-lebihan (boros)”.



---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Mushaf Al Qur'an Terjemah : QS. Al A'rof ayat 31. Jakarta : Al Huda Kelompok gema Insani.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, serta dengan penuh cinta dan sayang skripsi ini kupersembahkan kepada:*

*Almamaterku tercinta*

*Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*

*Yogyakarta*

*Keluargaku Tercinta...*

*Ibuku Siti Ambaryati dan Abahku Hanafi*

*Serta adik-adikku tersayang ( De' Rifa, Kiki, Lulusuk)*

*Terimakasih atas semua do'a, kasih sayang, cinta dan dukungan yang telah diberikan kepada ananda selama ini*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang ikut membantu penyelesaian skripsi ini karena penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dudung Abdurrahman, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.
2. Bapak Benny Harlena, selaku Ketua Prodi Psikologi Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Jogjakarta, yang membantu kelancaran skripsi ini.
3. Ibu Erika Setyanti Kusuma Putri, M.Si., selaku penguji I skripsi. Terima kasih atas masukan, kritik, saran, koreksi, pengarahan, dan dukungan kepada penulis sehingga hasil penelitian ini bias optimal.
4. Ibu Retno Pandan Arum K, M.Si., selaku penguji II skripsi. Terima kasih telah memberikan masukan, kritik, saran, dan koreksi kepada peneliti sehingga hasil penelitian ini menjadi optimal.
5. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S. Psi, M.M, selaku pembimbing skripsi yang selalu sabar dan menyediakan waktu untuk penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, pengarahan, dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. Terima kasih atas bimbingan, referensi, dan pengalaman yang telah dibagi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga tercinta yaitu Ibuku Siti Ambaryati, Abahku Hanafi Dahlan, serta adik-adikku Rifa 'Atul Mufidah, Farizul Jihad rifqi Alhanif dan Zuraida Luklukah. Terima kasih atas doa, semangat dan dukungan tiada henti yang diberikan kepada peneliti.
8. Terima kasih juga kepada Bapak/Ibu karyawan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Bantul Yogyakarta, atas bantuan dan kerjasamanya kepada peneliti.
9. Terima kasih kepada teman-teman di Komplek Hindun, Komplek GP (Mb Isqi) yang telah memberikan sedikit waktunya, semangat dan motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Teman-teman mahasiswa Psikologi angkatan 2006 (Mb Indun, Mb Rahma, Endah, Zahro dan Nova) dan semua mahasiswa Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.  
Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Kepada semua pihak tersebut, semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Amin.

**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

Jogjakarta, 07 Agustus 2011

Penyusun

Zulfa Azizah  
NIM.0671001

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAKSI PENELITIAN .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Keaslian Penelitian .....	11
BAB II. LANDASAN TEORI .....	13
A. Kecenderungan Perilaku Konsumtif.....	13
B. Kematangan Sosial .....	24
C. Santriwati.....	31

D. Produk Pemutih.....	33
E. Hubungan antara Kematangan Sosial dengan kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Santriwati.....	35
F. Hipotesis .....	39
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Identifikasi Variabel .....	40
B. Definisi Operasional .....	40
C. Subjek Penelitian .....	41
D. Metode Pengumpulan Data .....	42
E. Validitas dan Reliabilitas .....	46
F. Metode Analisis Data .....	48
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Orientasi Kancah .....	50
B. Persiapan Penelitian .....	51
C. Pelaksanaan Penelitian .....	56
D. Analisis Data .....	57
E. Pembahasan .....	63
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>

## **DAFTAR TABEL**

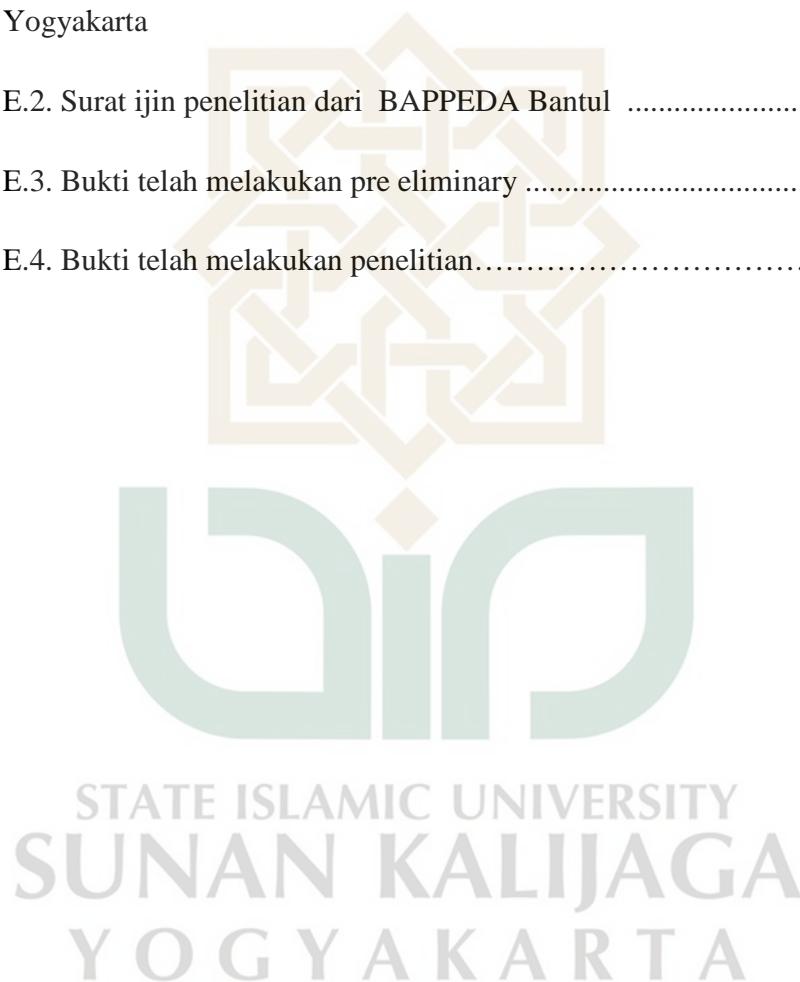
Tabel 1.	Blue print awal skala perilaku Konsumtif sebelum uji coba .....	44
Tabel 2.	Blue print awal skala kematangan sosial sebelum uji coba.....	45
Tabel 3.	Blue print akhir skala perilaku konsumtif setelah uji coba .....	54
Tabel 4.	Blue print akhir skala kematangan sosial setelah uji coba .....	55
Tabel 5.	Uji normalitas data .....	57
Tabel 6.	Uji linieritas data .....	58
Tabel 7.	Deskripsi statistik skor skala kematangann sosial dengan skala Perilaku konsumtif.....	59
Tabel 8.	Kategorisasi skor perilaku konsumtif .....	60
Tabel 9.	Kategorisasi skor kematangan sosial .....	61
Tabel 10.	Uji hipotesis data.....	63

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A. Data try-out .....	76
A.1. Data try-out perilaku Konsumtif .....	77
A.2. Data try-out kematangann sosial .....	80
A.3. Uji validitas dan reliabilitas .....	83
Lampiran B. Data penelitian .....	96
B.1. Data penelitian perilaku Konsumtif .....	97
B.2. Data penelitian kematangann sosial .....	99
B.3. Uji normalitas .....	106
B.4. Uji linieritas .....	108
B.5. Korelasi product moment .....	109
Lampiran C. Skala penelitian.....	110
C.1. Skala try-out perilaku Konsumtif .....	111
C.2. Skala try-out kematangan sosial .....	114
C.3. Skala penelitian perilaku konsumtif .....	117
C.4. Skala penelitian kematangan sosial .....	119
Lampiran D. Verbatim .....	121
D.1. Verbatim pre eliminary I.....	122

D.2. Verbatim pre eliminary II .....	125
Lampiran E. Surat ijin penelitian .....	129
E.1. Surat ijin penelitian kepada Gubernur Daerah Istimewa.....	130
Yogyakarta	
E.2. Surat ijin penelitian dari BAPPEDA Bantul .....	131
E.3. Bukti telah melakukan pre eliminary .....	132
E.4. Bukti telah melakukan penelitian.....	133



## **ABSTRAKSI**

### **HUBUNGAN KEMATANGAN SOSIAL DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH WAJAH PADA SANTRIWATI DI PONDOK PESANTREN ALI MAKSUM KRAPYAK JOGJAKARTA**

**Oleh:**

**Zulfa Azizah  
06710001**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif dalam pembelian produk pemutih wajah pada santriwati di Pondok Pesantren Ali maksum Krapyak Jogjakarta. Subjek yang digunakan adalah santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Jogjakarta, dengan jumlah subyek 48 orang. Kematangan sosial santriwati diukur dengan skala kematangan sosial, sedangkan perilaku konsumtif santriwati diukur dengan skala perilaku konsumtif.

Analisis yang digunakan untuk mencari korelasi antara kematangan sosial dengan perilaku konsumtif pada santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Jogjakarta adalah analisis product moment dari pearson. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $r_{xy}$  sebesar -0.402 dengan  $p = 0,001$  ( $p < 0,01$ ), dengan angka tersebut membuktikan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Jogjakarta. Hasil analisis data tersebut sekaligus membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti diterima yaitu ada hubungan negatif antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif dalam pembelian produk pemutih wajah pada santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Jogjakarta. Semakin tinggi kematangan sosial maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah kematangan sosial maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin tinggi.

Kata kunci : Kematangan sosial, Kecenderungan Perilaku Konsumtif, Produk Pemutih Wajah.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman telah membawa implikasi pada perilaku membeli seseorang. Membanjirnya barang-barang di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian barang. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan karena keinginan. Adanya kemajuan ini secara implisit menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli masyarakat bertambah. Apa yang dulu tidak dikenal, sekarang telah menjadi barang yang biasa (Mahdalela, 1998). Misalnya *hand phone*, dulu merupakan barang yang jarang dimiliki oleh masyarakat karena dianggap barang mahal dan mewah, hanya komunitas status sosial tinggi yang dapat memiliki dan menikmati kecanggihannya. Namun sekarang, barang tersebut menjadi barang yang hampir setiap orang mampu membeli dan memiliki.

Gejala ini menimbulkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif. Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Fromm (dalam Fransisca, 2005) mengatakan bahwa manusia dalam mengkonsumsi barang tidak lagi melihat nilai pakainya yaitu mencukupi kebutuhan tetapi juga digunakan untuk memenuhi keinginan-keinginannya, sehingga pengkonsumsian barang menjadi berlebihan. Hal tersebut disebabkan rasa puas pada manusia yang tidak berhenti pada satu titik saja melainkan selalu meningkat. Oleh karena itu manusia selalu

mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut. Menurutnya, keinginan untuk mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dapat membuat seseorang menjadi konsumtif.

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa. Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisiknya. Sebagai salah satu golongan masyarakat, tidak lepas dari pengaruh konsumtif, sehingga tidak aneh jika remaja menjadi sasaran pasar yang paling menguntungkan (Mahdalela, 1998). Hal ini dikarenakan, konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut (Monk,dkk, 2002).

Salah satu yang saat ini menjadi perhatian remaja putri untuk menunjang penampilannya adalah produk-produk kecantikan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Fiona Anjani Foebe (dalam Agung, 2008), *Senior Brand Manager* salah satu produk kecantikan, mengemukakan bahwa para remaja putri mulai memperhatikan kepentingan merawat diri dan kecantikan, terutama wajah. Karena, kehidupan sosial sangat penting bagi mereka. Kecenderungan itu membuat mereka

mencari produk-produk kecantikan yang cocok. [http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-di-iklan-pond%E2%80%99%".](http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-di-iklan-pond%E2%80%99%)

Neny Suryaningsih (dalam Jayapura, 2008) Manajer Produksi PT Tiara Permata Sari, salah satu anak perusahaan Group Kecantikan, yang memasarkan produk pemutih mengemukakan bahwa saat ini para wanita tidak lagi mendambakan kulit kuning langsat bak putri kraton tempo dulu. Obsesi mereka telah mengalami perubahan dalam dua tahun terakhir ini, karena saat ini para wanita mendambakan kulit yang lebih putih. Perusahaan kosmetika asal Prancis, juga menggelar survei di lima kota besar di Indonesia pada tahun 1997. Hasilnya 55% perempuan Indonesia menginginkan kulitnya putih. Survei sejenis juga dilakukan perusahaan kosmetika asal Amerika Serikat, terhadap kaum hawa di Asia, empat tahun lalu. Hasilnya lebih ekstrem, hampir 80% perempuan di Cina, Thailand, Taiwan, dan Indonesia ingin punya kulit lebih putih. <http://spesies.wordpress.com/2008/08/18/diintai-bahaya-efek-putih/#more-501>

Namun, seperti yang telah diketahui bahwasanya warna kulit merupakan gen yang dibawa dari keturunan ras dan sukunya, dimana orang Afrika yang memiliki kulit hitam legam, Eropa yang memiliki kulit yang putih, Cina yang kuning langsat, serta Asia yang warna kulitnya adalah sawo matang. Warna kulit tidak sembarang dapat diubah sesuai kehendak yang diinginkan (Azhara & Khasanah, 2011). Oleh karena itu penting bagi remaja putri untuk mengetahui dan memahami produk pemutih yang aman bagi kulitnya.

Salah satu remaja putri yang menarik untuk diteliti adalah para remaja putri yang tinggal di pondok pesantren atau sering disebut dengan santriwati. Para santri yang tinggal di pondok pesantren biasanya lebih banyak memberikan waktu mereka untuk kegiatan-kegiatan keagamaan seperti mengaji kitab, *sorogan*, *bandongan* dan hal lainnya yang berhubungan dengan keagamaan. Selain itu mereka harus selalu mematuhi peraturan –peraturan yang telah ditetapkan di pondok tersebut seperti tidak boleh keluar malam, tidak boleh telat masuk pondok, tidak boleh menonton televisi, dan masih banyak lagi peraturan yang harus mereka taati. Apabila ada peraturan yang mereka langgar maka para santri harus bersiap-siap menerima hukuman atau yang biasa disebut dengan *ta'ziran*.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 10-22 Januari 2011 diketahui bahwa para santri banyak disibukkan dengan berbagai aktivitas dari pondok dan akses dengan dunia di luar pondok juga dibatasi tapi ketertarikan para santri pada kecantikan ternyata tidak jauh berbeda. Padahal pengetahuan para santri akan iklan-iklan kecantikan yang ada di televisi cenderung minim karena para santri ini jarang menonton televisi sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pondok. Hanya pada waktu-waktu tertentu saja mereka diperbolehkan menonton.

Observasi yang dilakukan peneliti juga memperoleh kesimpulan bahwa di pondok pesantren, semua santri tinggal bersama-sama dalam satu tempat tinggal. Aktivitas seperti tidur, makan, belajar dilakukan secara bersama tanpa ada perbedaan satu dengan yang lainnya. Kebersamaan yang terjadi di pondok pesantren memudahkan para santri ini untuk memberi pengaruh satu dengan yang lain. Ketika ada satu santri

yang rajin maka santri yang lain mengikuti, ketika ada santri yang membeli baju model terbaru maka santri yang lain akan ikut membeli pula. Berbagai hal yang ada di pondok pesantren akan cepat sekali menyebar ke santri lainnya. Hal ini karena mereka tinggal bersama-sama dalam satu atap. Begitu juga dalam penggunaan produk pemutih, ketika ada salah satu teman yang mendapatkan hasil yang memuaskan dalam pemakaian suatu produk maka santri yang lain akan mengikuti menggunakannya juga. Oleh karena itu, maka dibutuhkan pengetahuan mengenai produk yang aman bagi para santri.

Pengetahuan para santri tentang produk pemutih yang aman menjadi penting karena para santriwati saat ini mulai menginginkan kulitnya lebih putih. Hal ini sesuai dengan Survei tanggal 09-12 Juli 2011 yang dilakukan oleh peneliti pada 103 subjek remaja putri di Pondok Pesantren Almunawir dan Ali Maksum krapyak yang menghasilkan kesimpulan bahwa 59% santri putri di pondok pesantren tersebut juga menginginkan kulitnya lebih putih. Survei yang dilakukan itu juga menemukan berbagai produk-produk kecantikan yang dipakai para santri untuk merawat kulitnya. Sebanyak 58% santri memakai jenis produk yang dijual bebas dipasaran. Selanjutnya sebanyak 24% santri putri memakai jenis produk yang dijual di klinik-klinik kecantikan untuk perawatan kulitnya dan sebanyak 19% santri menurut hasil survey tersebut mengaku tidak menggunakan produk apapun untuk merawat kulitnya. Hasil dari survei yang ditemukan oleh peneliti ini menjadikan ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai produk pemutih yang dikonsumsi oleh para santri di pondok pesantren.

Syurqoh (1997) mengatakan bahwa Islam adalah agama fitrah. Oleh karena itu, Islam mewajibkan atau menganjurkan orang-orang beriman yang laki-laki dan wanita untuk mengikuti fitrahnya. Sebagaimana halnya berhias dituntut oleh fitrah wanita, maka berhias juga merupakan dasar fitri yang dituntut oleh cinta keindahan, yang atas dasar itulah Allah menciptakan manusia. Sesuai dengan hadist riwayat dari muslim yaitu :

اَنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

“ Sesungguhnya Allah itu indah lagi menyukai keindahan.” (**HR. Muslim**)

Hadist di atas menganjurkan bagi kaum wanita untuk berhias memperindah ciptaan Allah. Begitu pula dengan memakai produk-produk kecantikan juga tidak dilarang oleh agama Islam karena wanita umumnya mempunyai kecenderungan untuk tampil cantik dan menarik. Namun berhias dengan menggunakan berbagai produk kecantikan itu akan menjadi dilarang jika penggunaannya berlebihan. Sesuai firman Allah SWT Surat Al-A’raf ayat 31 :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

“Hai anak-cucu Adam! Pakailah perhiasanmu di tiap-tiap masjid dan makanlah dan minumlah tetapi jangan berlebih-lebihan (boros). (**al-A’raf: 31**)

Berhias atau berdandan adalah sifat fitrah seorang wanita, dimana secara naluri para wanita umumnya punya kecendurungan untuk tampil cantik dan menarik. Ini barangkali berhubungan dengan jiwa wanita yang suka pada keindahan dan kebersihan ketimbang laki-laki. Naluri ini adalah karunia Allah yang harus disyukuri. Dalam pelaksanaannya, naluri untuk tampil cantik dan berhias ini telah Allah berikan batasannya, sehingga tidak salah jalan yang hanya akan mengakibatkan kerugian dan kerusakan bagi pelakunya. (Adin, 2010).

Loudon dan Bitta (dalam Lina dan Rosyid, 1997) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru. Sebagai bagian dari masyarakat yang berorientasi tinggi, remaja semakin sadar akan produk-produk baru dan bermerek. Remaja akan cenderung meniru mode-mode baru. Pola perilaku ini diperkuat dengan menjamurnya majalah remaja, iklan dan media lain yang langsung maupun tidak langsung mengeksplorasi gaya hidup mewah secara mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan membeli terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat dalam perilaku konsumtif.

Menurut Fransiska & Suyasa (2005) salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah *conformity*, yaitu kecenderungan untuk mengikuti opini, pendapat, nilai, kebiasaan, kegemaran (*hobby*) atau keinginan orang lain (teman sebaya). Konformitas umumnya terjadi pada remaja khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari

kelompoknya. Konformitas yang jelas terlihat pada remaja putri adalah konformitas mode, seperti dalam hal berpakaian, bedandan dan gaya potong rambut.

Yusuf (2008) menyatakan bahwa *conformity* merupakan salah satu sikap yang berkembang pada masa perkembangan sosial yang dilalui oleh remaja. Apabila pada masa perkembangan sosial ini dapat berlangsung dengan baik maka remaja akan mencapai tahap kematangan sosial, dalam arti remaja memiliki penyesuaian sosial yang tepat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tantri (2008), salah satu variabel yang digunakan untuk menurunkan konsumtif pada remaja putri adalah tingginya kematangan sosial yang dimiliki oleh remaja putri. Ketika kematangan sosial tinggi, maka tingkat konsumtif pada diri remaja putri itu akan rendah. Demikian sebaliknya, ketika kematangan sosial rendah maka tingkat konsumtif yang dimiliki oleh remaja putri dalam penelitian tersebut tinggi.

Kematangan sosial menurut Doll (dalam Firin,dkk, 1994) merupakan kinerja yang menunjukkan perkembangan kemampuan dalam memelihara diri sendiri dan kemampuan berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas yang mendukung tercapainya kemandirian sebagai orang dewasa. Kematangan dalam hal ini merupakan penunjuk bagi perkembangan sosial remaja. Dengan kematangan sosial, remaja putri akan terhindar dari pembelian produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan kulitnya dan akan tampil cantik dengan aman tanpa harus merubah jenis kulit yang dimiliki.

Berdasarkan *pre-eleminary* melalui wawancara tanggal 19 Maret 2011 pada remaja putri (santriwati) berinisial AZ berusia 22 tahun yang gemar mencoba

berbagai produk pemutih dan sering berganti-ganti. Menurut penuturan subjek, selama ini sudah berbagai produk pemutih yang telah dicobanya demi untuk mendapatkan hasil yang dia inginkan. Subjek menggunakannya karena mengikuti teman-temannya yang terlihat bersih saat menggunakan produk tersebut. Kemudian timbul keinginan pada diri subjek untuk menggunakannya juga. Untuk perawatan yang dilakukannya tidak sedikit uang yang harus subjek keluarkan demi mendapatkan kulit yang diinginkannya.

Subjek tidak terlalu mempermasahkan harga yang mahal untuk ukurannya yang masih duduk di bangku kuliah. Bahkan orang tua subjek juga tidak mengetahui pembelian yang dilakukan oleh anak mereka karena yang orang tua tahu hanyalah mengirim uang untuk keperluan hidup anak mereka di pondok. Padahal keperluan untuk kuliah subjek juga tidak sedikit namun dia tetap membelanjakan uangnya untuk membeli produk pemutih yang digunakan untuk membuat kulitnya yang gelap menjadi lebih putih. Karena subjek merasa dengan memakai pemutih dirinya semakin percaya diri dan wajahnya terlihat bersih. Apalagi hasil yang terlihat membuat subjek merasa puas, kulitnya yang dulu kehitaman sekarang berubah lebih putih, halus dan juga bersih.

Selanjutnya, wawancara yang dilakukan oleh subjek ke dua berinisial SI berusia 23 tahun menunjukkan bahwa subjek merupakan pengguna produk pemutih disamping ingin memiliki kulit lebih putih juga untuk menghilangkan kesan kusam di wajahnya. Selama ini subjek juga sering berganti-ganti produk karena pengaruh teman-teman yang memakainya juga. Pemakaian produk pemutih sebelumnya itu

mengakibatkan kulit subjek menjadi kusam dan kehitaman. Karena pengalaman itu sekarang subjek memilih untuk memakai produk yang ditangani langsung oleh dokter ahli kecantikan kulit. Walaupun dengan begitu uang yang dikeluarkannya subjek menjadi lebih besar daripada pengeluaran sebelumnya.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa subjek menggunakan produk pemutih untuk mendapatkan kulit yang lebih putih. Keduanya sering berganti-ganti produk pemutih sampai menemukan produk yang cocok untuk kulitnya. Hal ini mengindikasikan adanya tindakan yang kurang diperlukan hanya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Untuk itu maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif dalam pembelian produk pemutih wajah pada santriwati di pondok Pesantren Ali Maksum.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut : “Adakah Hubungan Kematangan Sosial dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Produk Pemutih Wajah pada Santriwati di Pondok Pesantren Ali Maksum? ”.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui hubungan antara kematangan sosial dengan kecenderungan berperilaku konsumtif pada santriwati.

2. Untuk mengetahui tingkat kecenderungan Perilaku konsumtif pada santriwati.
3. Untuk mengetahui tingkat kematangan sosial yang dimiliki oleh santriwati.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin didapatkan dari penelitian yang ingin dilakukan dari penelitian ini adalah :

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai pengayaan, referensi, dan pandangan baru pada bidang psikologi, khususnya pada bidang psikologi industri, psikologi konsumen dan psikologi perkembangan.
2. Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi khususnya para orang tua, psikolog, konselor dan masyarakat luas dalam upaya menghindari perilaku konsumtif yang terjadi melalui peningkatan kematangan sosial pada santriwati.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Berbagai penelitian mengenai perilaku konsumtif telah diteliti oleh beberapa peneliti, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningrum (2009) dengan judul “Hubungan antara Kecenderungan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perempuan (Siswi SMK Koperasi Yogyakarta)”. Tujuan dalam penelitian tersebut untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan kepribadian narsisitik dengan perilaku konsumtif pada remaja perempuan di SMK

Koperasi Yogyakarta. Hasil analisis data menggunakan korelasi *product moment (Pearson)* dalam penelitian tersebut menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kecenderungan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi SMK Koperasi Yogyakarta.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2009) dengan judul “Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan *Body Image* pada remaja Putri. Jenis penelitian ini adalah korelasional dengan tujuan untuk melihat hubungan antara perilaku konsumtif dengan *body image* di kalangan remaja putri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan *Body image* pada remaja putri  $p(0.000)$ .

Sedangkan penelitian mengenai kematangan sosial juga telah diteliti. Penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian dari Radiyanti (2008) yang berjudul “Hubungan Antara Kematangan Sosial dengan Intensi Prososial pada Anggota Palang Merah Indonesia (PMI) di Kabupaten bantul”. Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kematangan sosial dengan intensi prososial pada anggota Palang Merah Indonesia di kabupaten Bantul. Hasil penelitian menyebutkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara variabel kematangan sosial dengan variabel intensi prososial.

Meninjau dari beberapa penelitian yang sebelumnya telah dilakukan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang perilaku konsumtif. Penelitian ini mengambil kematangan sosial sebagai variabel bebasnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada subjek penelitian yaitu remaja putri akhir

yang tinggal di pondok pesantren atau yang disebut dengan santriwari. Selain itu juga berbeda dalam hal produk yang dijadikan target konsumtif. Dalam penelitian ini produk yang dijadikan target konsumtif untuk santriwati adalah produk pemutih wajah.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada santriwati. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi kematangan sosial maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah kematangan sosial maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Berarti hipotesis yang diajukan bahwa ada hubungan negatif antara kematangan sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada santriwati diterima.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi para orang tua

Para orang tua diharapkan mampu memberikan contoh bagi para putri mereka dalam membelanjakan uang yang dimiliki dengan bijaksana. Misalnya saja seperti orang tua jangan memanjakan anak dengan memberikan semua yang anak minta karena hal itu akan membiasakan anak untuk hidup boros. Selain itu orang tua juga hendaknya selalu mengawasi pembelian yang dilakukan oleh anak mereka sehingga anak akan membeli barang-barang yang memang dibutuhkan. Oleh karena itu anak akan terhindar dari melakukan pembelian yang kurang diperlukan

## 2. Bagi para produsen

Para produsen kecantikan khususnya yang menjual produk pemutih, hendaknya memberikan batasan pemakaian aman bagi produk yang dijualnya sehingga konsumen akan merasa aman ketika membeli dan menggunakan produk kemasan produk yang dijual oleh produsen. Selain itu hendaknya produsen juga memberikan pengertian tentang cara penggunaan produk pemutih yang aman bagi kulit misalnya saja dengan melakukan demo-demo kecantikan ataupun mencantumkan cara pemakaian di dalam produk pemutih yang dijualnya. Dengan begitu maka konsumen akan mengetahui cara pemakaian yang aman bagi kulit mereka.

## 3. Bagi para santriwati

Para santriwati diharapkan selalu mempertimbangkan dalam pembelian produk-produk pemutih yang tidak diperlukan hanya untuk memuaskan keinginannya memiliki kulit yang lebih putih. Sehingga para santri akan terhindar dari perilaku boros yang akan mengarah pada pemborosan karena melakukan pembelian yang tidak diperlukan. Selain itu sebelum membeli produk yang ditawarkan oleh produsen hendaknya dipahami efek yang akan terjadi bagi kulit.

## 4. Bagi pengasuh Pondok Pesantren

Bagi pengasuh diharapkan bisa memasukkan aspek-aspek kematangan sosial dalam pembelajaran beragama di Pon-pes sehingga kemandirian dari para santri akan lebih bisa ditingkatkan. Disamping itu, diharapkan pengasuh lebih mampu memberikan pengarahan secara intensif mengenai perlunya kematangan sosial

dalam berinteraksi dengan orang lain. Hal itu bisa dilakukan secara kolektif di pondok yaitu pada saat bandongan (mengaji kitab) dengan memasukkan aspek kematangan sosial dalam konsep pembejarannya.

#### 5. Bagi para peneliti selanjutnya

Bagi para peneliti selanjutnya yang berminat ingin melanjutkan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk mempertimbangkan teori yang dipakai sebagai alat ukur kematangan sosial dan mengontrol faktor-faktor lain yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Faktor eksternal yaitu kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok referensi, serta keluarga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adin. 2010. *Berhias dan Berdandan Bagi Muslimah.* <http://www.akucintaislam.com/fiqih-wanita/berhias-dan-berdandan-bagi-muslimah.html>. Diakses 19 Juli 2011
- Agung. 2008. *Ada cinta di iklan Pond's.* [http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-di-iklan-pond%E2%80%99%".](http://agungdsp.wordpress.com/2008/02/08/ada-cinta-di-iklan-pond%E2%80%99%) Diakses : 11 maret 2011
- Aribowo, G. 2009. Perbedaan Kematangan Sosial di Tinjau dari Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja Akhir Dusun Krapyak Godean Sleman Yogyakarta. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan
- Azhara & Khasanah, N. 2011. *Waspada Bahaya kosmetik*. Yogyakarta : Flashbooks
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- \_\_\_\_\_. 2008. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cahyaningrum, B. 2009. Hubungan Antara Kecendrungan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perempuan (Siswi SMK Koperasi Yogyakarta) . *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan
- Chaplin. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Desmita, 2008, *Psikologi Perkembangan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Engel, J. F., Kollet, D. T., Blackwell, R. D. 1973. *Consumer Behavior*. Second Edt. New York : Holt, Rinehart and Winstons, Inc.
- Firin, dkk. 1994. Kemasakan Sosial pada Anak-anak Berintelegensi Tinggi dan Anak-anak berintelegensi Normal. *Jurnal Psikologi*. UGM : No. 2, 27-32
- Fransisca & Suyasa, P. T.Y. S. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*. Vol 7, No. 2, 172-198

- Herdiyani, R. 2004. *Dampak media bagi remaja perempuan*. <Http://www.Jurnalperempuan.com/yjp.jpo/?act=artikel%7C-26%7CX>. Diakses : 11 maret 2011
- Hurlock, E. B. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga. Jilid 1 Edisi Keenam
- Indonesia, DEPDIKBUD. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Jayapura, M. H. 2008. *Diintari Bahaya Efek Putih*. <http://spesies.wordpress.com/2008/08/18/diintai-bahaya-efek-putih/#more-501> Diakses : 08 mei 2011
- Kartono, K & Gulo, D. 1990. *Psikologi perkembangan Anak*. Bandung : Mandar Maju
- Lina & Rasyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan *locus of control* pada remaja putri. *Jurnal Psikologika*. 4, 5 -12.
- Mahdalena. 1998. Peran Intensitas Interaksi Dengan Teman Di Lingkungan Pergaulan Sekolah terhadap Sikap Konsumtif, *Jurnal Psikologi* : UGM, No 5 Tahun III 1998
- Mapiere,A. 1983. *Psikologi Orang Dewasa*, Surabaya : Usaha Nasional.
- Monks, dkk. 2002. *Psikologi Perkembangan : Pengantar Dalam berbagai Bagianya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pakarti, A. D. 2007. Hubungan Persepsi terhadap Iklan Kosmetik di Televisi dengan Perilaku Konsumtif pada remaja Putri. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan
- Purnamawati. 2009. Perilaku Pekerja Perempuan Penyapu Jalan terhadap Kosmetik Pemutih di Kota Medan. *Tesis*. Medan : Fakultas Kesehatan Masyarakat universitas Sumatera Utara.
- Radiyanti, S. 2008. Hubungan Antara Kematangan Sosial dengan Intensi Prososial pada Anggota Palang Merah Indonesia (PMI) di Kabupaten bantul. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan

- Sari, T. Y. 2009. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan *Body Image* pada Remaja Putri. *Skripsi*. Sumatra : Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara
- Santrock, J. W. 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta : Erlangga
- Swastha & Handoko. 2002. Manajemen *Pemasaran Analisis Perilaku konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta : BPFE
- Setyowati, H. 2009. Perbedaan perilaku Konsumtif pada produk distro antara remaja putrid yang tinggal di pesantren dan yang tinggal di rumah. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam iklan*. Bandung : Alfabeta
- Syuqqoh, A.H. A, 1997. *Kebebasan Wanita*. Penerbit : Gema Insani Press
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan perilaku konsumtif*. [Http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm](http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm). Diakses : 10 maret 2011
- Tanjung, T. 2008. Hubungan Antara Kematangan Sosial dengan kecenderungan Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja Putri Usia 14-16 Tahun di SMA Trimukti Surabaya. <http://adln.lib.unair.ac.id/go.php?id=gdlhub-gdl-s1-2010-tanjungtan-11483&PHPSESSID=a8764cbc82e3de543ea5dceb48224d>. Diakses tanggal 23 Juli 2011.
- Yusuf, S. 2008. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Zulkifli. 2005. *Psikologi Perkembangan*. Bandung : PT Remaja Rosdi.