

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan penggerak dan penentu jalannya suatu organisasi atau perusahaan. Karena pentingnya unsur manusia dalam menjalankan suatu pekerjaan maka perlu mendapatkan perhatian dari pimpinan. Karyawan merupakan faktor penting dalam setiap organisasi baik dalam pencapaian tujuan kantor ataupun instansi secara efektif dan efisien (Manullang & Purnamasari, 2015). Sumber daya manusia mempunyai fungsi penting dalam menentukan kesuksesan ketika perusahaan menghadapi tantangan globalisasi (Dewi, 2020). Peranan sumber daya manusia sangat penting pada perusahaan atau instansi, karena sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penggerak utama atas jalannya organisasi. Sumber daya manusia merupakan input terpenting menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Agar tujuan tersebut bagi organisasi yang sudah memiliki kuantitas dan kualitas sumber daya yang sudah memenuhi kebutuhan perusahaan (Handoko, 2000).

Salah satu perusahaan yang berada di Surabaya dan sangat menitikberatkan performa perusahaan pada performa karyawan adalah Klub Ciputra Surabaya Padang Golf. PT Ciputra Surabaya Padang Golf adalah perusahaan kursus *golf* yang terbesar di Jawa Timur. Perusahaan ini berada di bawah naungan PT Ciputra Development Tbk merupakan perusahaan properti di Indonesia. Berdiri di atas lahan seluas 125 hektar, membuat lapangan golf ini dijuluki sebagai lapangan golf terbesar di Jawa Timur. Selain memiliki hamparan rumput yang luas, lapangan ini juga memiliki fasilitas pendukung yang cukup lengkap hal itu yang menjadikan lapangan ini sering dipakai sebagai tempat penyelenggaraan berbagai turnamen golf nasional dan internasional. Lapangan golf Ciputra tidak hanya menawarkan *layout* lapangan yang menantang tapi juga beragam fasilitas eksklusif lainnya yang bisa dinikmati bersama kolega dan keluarga seperti *driving range*, *restoran*, *hotel* dan *villa*, *kapel the wedding vow*, dan *family club* (Sedyawati, 2023). Klub Ciputra Surabaya Padang Golf merupakan perusahaan yang mengutamakan pelayanan (*service*) sebagai daya

tarik pemain golf. Para pecinta golf akan rela membayar berapapun untuk menikmati permainan dengan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dan tentunya dengan pelayanan yang sangat baik, maka dengan itu Kinerja *caddy* sangat diutamakan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan (Kiki, 2022).

Caddy adalah orang yang bekerja membawakan tas berisi peralatan pemain golf, sekaligus memberi saran tentang permainan serta dukungan moral untuk pemain yang dilayaninya. *Caddy* yang pandai harus menguasai peraturan permainan golf, seluk-beluk padang golf dan strategi bermain yang sesuai. Selain itu, *caddy* dituntut memiliki pengetahuan tentang jarak antar lubang dan pemilihan tongkat golf yang sesuai. Pemain golf amatir maupun profesional tidak jarang memulai profesinya sebagai *caddy* (Fauziah, 2017). *Caddy* dapat juga dikatakan sebagai perwakilan dari sebuah club golf, yang dimana kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh seorang *caddy* tersebut. Sehingga perusahaan melakukan berbagai cara agar pramu golf yang dimiliki memberikan kepuasan terhadap pelanggan mulai dari diberikan *training* khusus, *beauty class*, dan selalu dilakukan pengawasan terhadap sikap dan penampilan, agar tercapainya kepuasan pelanggan (Melani dkk, 2021).

Seiring dengan perkembangan jaman maka masyarakat dituntut untuk lebih modern, salah satunya terkait dengan penampilan fisik. Penampilan fisik dapat digunakan sebagai modal untuk bersosialisasi dengan masyarakat umum. Banyak masyarakat yang menilai individu berdasarkan penampilan fisik seperti bentuk tubuh dan kecantikan wajah. Wanita yang memiliki penampilan fisik menarik biasanya diperlakukan lebih baik dan lebih dihormati, sebaliknya jika wanita mempunyai penampilan fisik yang kurang menarik maka akan diperlakukan biasa saja bahkan diperlakukan secara kurang simpatik (Jannah, 2022). Menurut Hurlock (1991) seseorang yang memiliki penampilan menarik biasanya akan diperlakukan dengan baik atau lebih dihargai daripada seseorang yang biasa-biasa saja.

Penampilan seorang karyawan perusahaan seolah telah menjadi hal yang sangat penting dan dituntut perusahaan kepada para pegawai maupun calon

pegawainya. Hal ini dapat dilihat dari iklan-iklan lowongan kerja yang pada umumnya mencantumkan “penampilan menarik” sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh para pelamar kerja, terutama pelamar kerja perempuan (Mardiah, 2018). *Caddy* golf merupakan pekerjaan yang banyak dilakukan oleh wanita. Seorang wanita harus berpenampilan menarik untuk menjadi *caddy* golf. Penampilan bukan hanya masalah wajah, tetapi juga cara dia berpakaian dan berbicara kepada orang lain (Muttaqien, 2023).

Seseorang yang menjadi *caddy* golf, selain mengetahui bentuk-bentuk permainan golf, seorang *caddy* golf juga dituntut untuk memiliki fisik yang sehat, penampilan menarik dan luwes atau mudah berkomunikasi. Sebab, *caddy* golf termasuk bidang pekerjaan jasa, kepuasan pelanggan menjadi hal utama dan diprioritaskan dalam pekerjaan ini. Gaji *caddy* golf bisa berbeda tergantung perusahaannya dan biasanya tidak banyak dan ala kadarnya. Sistem gaji dihitung harian. Artinya, jika tidak bekerja tidak mendapatkan upah sama sekali. Uang tambahan seorang *Caddy* golf berasal dari tips customernya oleh karena itu penting menjaga kepuasan customer atau penikmat olahraga golf (Uci, 2023)

Seiring dengan berjalannya waktu, para *caddy* golf ini cenderung untuk selalu memperbaiki penampilan, baik penampilan fisik, gaya berbusana, maupun sikap agar dapat menjaga kepuasan pelanggan dan tuntutan dari perusahaan ritel dimana mereka bekerja. Selain itu penampilan (*performance*) menjadi perhatian utama, artinya seorang *caddy* golf harus selalu tampil menarik sehingga mereka mampu menarik perhatian konsumen. Kebutuhan akan perbaikan penampilan pada akhirnya menjadi kebiasaan dan menjadi “syarat” utama untuk memasuki profesi ini. Adanya kebiasaan di kalangan *caddy* golf untuk tampil menarik dalam banyak hal, cenderung membuat mereka memiliki suatu perilaku konsumtif, artinya perilaku konsumtif kemudian menjadi gaya hidup mereka yang tidak lain ditujukan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar ataupun pelanggan (Atikah & Mulyono, 2021).

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau

kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Sedangkan menurut Heni (2013) melengkapi dengan menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan serta kenyamanan fisik sebesar-besarnya. Hal ini juga didukung dengan gaya hidup belanja yang proses perubahan dan perkembangannya didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Definisi tersebut melengkapi penjelasan dari teori-teori sebelumnya dengan menjelaskan perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh hasrat keinginan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup di lingkungan individu. Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif memuat delapan aspek. Aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Perilaku konsumsi terjadi karena ingin menunjukkan status sosial mereka. Selain itu hidup mewah dan gaya hidup mewah pun mempengaruhi hal tersebut. Perilaku konsumtif yang dilakukan *caddy* golf tersebut berkembang menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Perilaku konsumtif ini dipengaruhi oleh kebutuhan *caddy* golf yang semakin banyak serta munculnya gengsi terhadap *caddy* golf lainnya. Perilaku konsumtif dan gaya hidup yang terjadi pada *caddy* golf ini tidak dapat dipisahkan karena kedua hal ini untuk menunjukkan status sosial yang ada di kelompoknya itu sendiri (Atikah & Mulyono, 2021).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Madjuk dkk (2013) bahwa tuntutan pekerjaan dapat menjadikan individu memiliki perilaku konsumtif, terkadang apa yang diuntut oleh karyawan wanita diluar kemampuannya. Hal ini menyebabkan karyawan wanita yang mengeluh saat mereka mulai memasuki dunia modern. Fenomena seperti ini biasa terjadi pada

perempuan khususnya, karyawan. Dimana terdapat beraneka ragam karyawan perempuan dari latar belakang dan sifat yang berbeda. Bagi mereka yang latar belakang keluarganya dari strata sosial atas atau orang kaya, perilaku konsumtif dalam hal ini pola belanja dan mengonsumsi sesuatu untuk mode dan trend sudah jadi biasa. Namun, bagi mereka yang strata sosial menengah kebawah, perilaku konsumtif seperti ini tentunya bukan hal hal yang biasa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farhan (2020) bahwa perilaku konsumtif seorang *caddy* tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat pendapatan namun juga lingkungan sosial budaya yang membentuk gaya hidup serta literasi keuangan. Temuan selanjutnya dari fenomena perilaku konsumtif ialah yang dilakukan oleh Priatna (2017) yang mengatakan bahwa faktor penampilan yang menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup karena perubahan penampilan meningkatkan harga diri individu sehingga demi meningkatkan harga diri seorang *caddy*. Fenomena perilaku konsumtif seorang *caddy* memiliki berbagai faktor pendorong sebagai pemicu utamanya, seperti pengaruh besar pendapatan yang didapat, ajang pembuktian kesuksesan individu hingga meningkatkan performa individu tersebut di tempat kerja.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Mangkunegara (2009) adalah faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok anutan, faktor keluarga, faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan, faktor konsep diri. Kelompok anutan adalah suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Dalam kehidupan *caddy* golf teman satu geng sangat dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, Dimana pada saat membeli suatu barang teman yang satu geng juga harus mempunyai barang tersebut supaya terlihat kompak, apabila tidak membeli dalam waktu bersamaan maka mereka akan membeli di waktu lain sehingga mereka memiliki barang yang serupa. Faktor pengaruh dari kelompok anutan inilah yang menyebabkan seseorang melakukan *conform*. Menurut Baron dan Byrne (2005) konformitas ini berarti individu mengikuti tekanan kelompok meskipun secara tidak langsung adanya permintaan ingin mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompok yang dijadikan panutan. Kelompok yang dijadikan panutan merupakan

suatu kelompok yang nantinya akan mempengaruhi sikap, norma, pendapat dan perilaku dari individu. Menurut Sumarwan (2004) keputusan pembelian dan konsumsi dari individu dapat berasal dari kelompok anutan individu tersebut.

Menurut Baron dan Byrne (2005) konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Sarwono (2005) konformitas adalah perilaku sama dengan orang lain yang didorong oleh keinginan sendiri. Sedangkan menurut Myers (2012) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi agar selaras dengan orang lain. Aspek-aspek konformitas menurut Baron dan Byrne (2005) terdapat dua dasar pembentukan konformitas yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informatif.

Konformitas dapat memunculkan perilaku diantaranya gaya bahasa, sikap, aktivitas sosial yang akan diikuti, nilai-nilai yang dianut dan penampilan diri (Santrock, 1998). Myers (2012) menambahkan bahwa konformitas berarti perubahan perilaku pada individu sebagai akibat dari adanya tekanan kelompok. Ditambahkan lagi Myers konformitas bukan sekedar berperilaku seperti orang lain, namun juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku. Dengan banyaknya tuntutan kelompok untuk mengikuti norma-norma mereka maka membuat seseorang menjadi berperilaku konsumtif untuk dapat diterima sebagai anggota komunitas. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryani dan Herwanto (2015) dimana konformitas memiliki kontribusi terhadap seseorang berperilaku konsumtif sebesar 27,9 % dan sisanya sebesar 72,1 % dipengaruhi oleh faktor selain konformitas. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fardhani dan Izzati (2013) menyatakan bahwa konformitas memiliki kontribusi dan pengaruh terhadap seorang berperilaku konsumtif sebesar 10,9 % dimana sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif juga terjadi pada individu dengan cara mengikuti penampilan kelompok ataupun karena ingin diterima oleh kelompok. Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain (Santrock, 2003).

Dalam kehidupan sehari-hari orang terdekat sangat mempengaruhi keputusan kita dalam melakukan pembelian, bahkan tidak jarang barang yang kita beli sebenarnya tidak kita butuhkan. Pada dasarnya individu mudah terbujuk untuk mengikuti saran orang lain agar dapat mengikatkan diri pada suatu kelompok. Hal ini dikarenakan setiap kelompok mempunyai tuntutan yang harus bisa dipenuhi oleh setiap individu yang ingin bergabung. Jika individu ingin diakui eksistensinya dalam kelompok, individu harus berusaha untuk menjadi bagian dari kelompoknya dengan jalan mengikuti peraturan yang ada dalam kelompok. Usaha tersebut dapat berupa kesepakatan dalam membeli produk tertentu (Myers, 2005). Para *caddy* atau pramugolf di Indonesia mayoritas memiliki penampilan menarik meskipun tidak harus selalu berpakaian seksi. Hal ini bisa dimaklumi mengingat untuk menjadi seorang *caddy* harus memenuhi persyaratan tertentu mulai dari tinggi badan hingga penampilan yang menarik. Sehingga bisa dilihat kalau para *caddy* kebanyakan memiliki kecantikan layaknya seorang model. Penampilan menarik dari seorang *caddy* diperoleh dari perawatan wajah, pakaian dan *make up* yang bagus hal itu harus selalu dilakukan setiap bulannya karena tuntutan pekerjaan dan hal itu mengeluarkan biaya yang sangat besar (Birdie, 2019). Tekanan kelompok memaksa seseorang berperilaku sesuai keinginan kelompoknya. Seseorang yang tidak berniat membeli suatu barang, akhirnya menjadi membeli barang yang padahal tidak diperlukan. Pembelian juga tidak selalu berpengaruh dari luar saja, dalam diri seseorang juga terdapat dorongan untuk membeli yang diperkuat dengan suasana dari luar diri mereka (Youn & Faber, 2000).

Penelitian yang menjelaskan adanya hubungan kedua variabel diatas juga dijelaskan oleh Dezianti dan Hidayati (2021) mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Penulis akan melakukan penelitian dengan variabel yang sama yaitu konformitas dan perilaku konsumtif, namun konteks dalam penelitian ini adalah melihat pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif *caddy*/pramugolf Ciputra. Hasil penelitian Dezianti dan Hidayati (2021) menunjukkan bahwa variabel konformitas memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis ini, konformitas

memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yakni semakin tinggi tingkat konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2019) mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare korea. Variabel yang digunakan sama yaitu variabel konformitas dan variabel perilaku konsumtif, akan tetapi subjek penelitiannya berbeda jika penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2019) meneliti menggunakan subjek individu pengguna skincare korea. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan saat ini menggunakan subjek caddy/pramugolf Ciputra. Hasil penelitian Maharani (2019) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif yang artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya.

Penelitian terdahulu selanjutnya oleh Hasbi (2018) mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ilmu sosial angkatan 2016. Variabel yang digunakan sama yaitu variabel konformitas dan variabel perilaku konsumtif, akan tetapi subjek penelitiannya berbeda jika penelitian yang dilakukan oleh Hasbi (2019) menggunakan subjek mahasiswa fakultas ilmu sosial angkatan 2016. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan saat ini menggunakan subjek *caddy* Ciputra. Hasil penelitian Hasbi (2018) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa para *caddy* dalam melakukan pekerjaannya selalu mengutamakan penampilan. Kecenderungan tersebut lambat laun membentuk suatu pola hidup dan gaya hidup tersendiri. Sehingga seorang *caddy* selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya karena adanya tuntutan dari tempat bekerja tersebut meskipun harus mengeluarkan biaya yang sangat mahal. Berdasarkan latar belakang yang disampaikan di atas peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Caddy di Ciputra”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan satu masalah yang akan diteliti lebih lanjut, yaitu Apakah terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada *caddy* di Ciputra?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada *caddy* di Ciputra.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil peneliitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dengan cara teoretis maupun praktis :

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dengan cara teoretis (pengetahuan) serta menambah wawasan keilmuan di bidang ilmu psikologi konsumen terutama mengenai konformitas terhadap perilaku konsumtif pada *caddy* di Ciputra.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang ingin dicapai ialah :

1. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konformitas terhadap perilaku konsumtif pada *caddy* Ciputra sehingga subjek penelitian dapat mengupayakan dengan tepat untuk dapat mengelola perilaku belanja yang baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi serta informasi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan psikologi konsumen terutama terkait dengan variabel konformitas serta variabel perilaku konsumtif.