

“BEKERJA DALAM STIGMA”
(Studi Fenomenologis tentang Pengalaman Bekerja
pada *Sales Promotion Girl*)

Oleh:

Unsa Faizati Safrina, Achmad Mujab Masykur*

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang

safasafrina@gmail.com, akungpsiundip@yahoo.com

ABSTRAK

Wiraniaga atau yang dikenal sebagai *sales promotion girl* (SPG) merupakan pekerjaan yang mempromosikan dan menjualkan sebuah produk langsung ke masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengalaman psikologis dari pekerja SPG khususnya produk rokok dalam poses pengambilan keputusan, menyesuaikan diri dengan pekerjaan dan dampak yang terjadi setelah menjalani pekerjaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan dianalisis dengan teknik eksplikasi data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang mendalam dan observasi perilaku secara langsung. Subjek penelitian berjumlah empat orang yang tergolong usia dewasa awal dan sudah bekerja sekurangnya selama satu tahun. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keempat subjek mengalami pengalaman hidup yang merubah total kehidupannya setelah menjadi SPG. Perubahan tersebut berawal dari pengambilan keputusan bekerja sebagai SPG yang disebabkan latar belakang keluarga. Pengalaman traumatis dari subjek saat bekerja tidak dihiraukan karena adanya motivasi terbesar untuk tetap bertahan dalam pekerjaan ini yaitu gaji yang besar. Walaupun pada subjek ketiga, ia memutuskan kontrak dan memilih menjadi SPG *freelance*. Perubahan-perubahan yang terjadi meliputi kestabilan finansial, gaya hidup, perilaku konsumtif serta meningkatnya kepercayaan diri pada subjek. Meskipun begitu, subjek memilih untuk menarik diri dari lingkungan sosialnya dan memilih bergaul dengan rekan sesama SPG. Rekan sesama SPG meningkatkan kepercayaan diri pada subjek untuk melakukan kegiatan yang tidak sesuai dengan norma masyarakat yaitu merokok dan minum minuman beralkohol. Menurut subjek keempat berhubungan intim dengan pasangan yang belum menikah adalah hal yang lumrah dilakukan dikalangan SPG rokok sehingga ia juga melakukannya.

Kata kunci: SPG, Rokok, Bekerja, Pekerjaan, Fenomenologi

*Penulis, penanggung jawab

“WORK IN STIGMA”
(Phenomenological Studies of Work Experience
on Sales Promotion Girl)

Unsa Faizati Safrina, Achmad Mujab Masykur*
Faculty of Psychology, Diponegoro University
safasafrina@gmail.com, akungpsiundip@yahoo.com

ABSTRACT

Sales promotion girl (SPG) is a job that promotes and sells a product directly to the community. This research is conducted to analyze and see the psychological experience from Sales Promotion girls, especially those who work in a cigarette company, in the process of making decisions, adapting themselves to the job, and the after-effect of being on the job. This research is conducted using qualitative methods with phenomenological approach and analyzed with data explication technique. Data collection was conducted with in-depth interviews and direct behavioral observation. Research subjects were four people who were considered in their early adulthood and has been on the job for at least a year. The results of this study revealed that the four subjects experienced a major life-change after becoming a Sales Promotion Girl. The change originated from the decision of working as a sales promotion girl caused by primarily their family background. The traumatic experience of the subject at work is mostly ignored because of their huge salary, which is their greatest motivation to stay in this line of work. Although, the third subject eventually broke their contract and became a freelance Sales Promotion Girl. The changes that occur includes financial stability, changes in lifestyle and consumptive behavior, and also increased confidence in the subjects. However, subjects chose to withdraw from their previous social environment and instead closer to their fellow SPGs. Together, they increase confidence in the subject to perform activities that are not in accordance with the norms of society that is smoking and drinking alcoholic beverages. The fourth subject's opinion to have sex with an unmarried person is so common among SPGs.

Keywords: *SPG, Cigarettes, Working, Occupation, Phenomenology*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia berdasarkan data dari *CIA World Factbook* Juli tahun 2017. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2017 sekitar 260 juta jiwa. Angka tersebut terus meningkat dengan bertambahnya tahun karena Indonesia memiliki bentuk piramida ke atas dalam pertumbuhan populasi penduduk. Kota Semarang sendiri menempati kota kelima terpadat di Indonesia dengan total 1,63 juta jiwa. Pada hakikatnya, manusia hidup untuk memenuhi kebutuhan sepanjang hidupnya. Menurut hirarki kebutuhan Maslow, kebutuhan dasar harus dipenuhi sebelum kebutuhan yang lainnya muncul (Yusuf & Nurihsan, 2011). Manusia memerlukan pekerjaan yang menjanjikan untuk dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar tersebut. Namun, dengan jumlah penduduk yang sangat banyak, masyarakat Indonesia perlu bersaing dengan individu lainnya untuk memperoleh pekerjaan agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Usia kerja menurut Badan Pusat Statistik (2016) merupakan penduduk yang berusia 15 tahun dan lebih. Pada usia tersebut seseorang sudah layak untuk bekerja. Pada perkembangan manusia, tugas perkembangan untuk bekerja sebenarnya berada pada usia dewasa awal yaitu usia 18 tahun ke atas (Marliani, 2015). Havighurst (dalam Hurlock, 2011) menjelaskan salah satu tugas perkembangan pada dewasa awal adalah mulai bekerja dalam suatu jabatan.

Kognitif, fisik, dan psikis individu mengalami masa transisi dari remaja menjadi dewasa sehingga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk bekerja (Santrock, 2012). Masyarakat Indonesia pada umumnya ketika berusia 15-19 tahun masih menempuh pendidikan sekolah menengah atas atau sederajat yang selanjutnya disebut dengan SMA/sederajat sehingga mereka hanya mengantongi ijazah sekolah menengah pertama atau sederajat yang selanjutnya disebut dengan SMP/sederajat untuk melamar pekerjaan. Dengan keadaan tersebut, keputusan untuk bekerja harus dipikirkan dengan seksama.

Pekerjaan yang biasanya menerima pelamar dengan menggunakan ijazah SMP/sederajat berupa penjaga toko, pelayan rumah makan atau bahkan pembantu rumah tangga. Penelitian yang dilakukan oleh Suryono (2013) mendapatkan hasil bahwa pekerjaan dengan keahlian khusus sudah dipenuhi oleh pencari pekerjaan yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Kemudian, pencari pekerjaan dengan taraf pendidikan yang rendah mendapatkan prioritas pada bidang usaha tani, kebun, ternak, perikanan, hutan dan perburuan. Gelar pendidikan sangat dibutuhkan untuk mendapatkan gaji yang besar (Santrock, 2012).

Salah satu pemecahan masalah terhadap pencari pekerjaan dengan jenjang pendidikan rendah, muncul pekerjaan dengan pendapatan yang dapat dipertimbangkan di tengah masyarakat. Pekerjaan *sales promotion boy/girl* yang dalam penelitian ini berfokuskan pada *sales promotion girl* atau SPG adalah pekerjaan yang menjual produk secara langsung kepada konsumen. Menurut Sido (30 Mei 2013) istilah SPG terdapat oleh masyarakat Indonesia karena jejak pencarian pada internet, negara lain tidak menggunakan kata SPG untuk

menyatakan pengertian tersebut. Dalam KBBI, SPG yaitu seseorang yang menjual dagangan langsung ke konsumen disebut sebagai wiraniaga. Namun, istilah tersebut tidak terlalu familiar di telinga orang Indonesia. Memang, kurang diketahui sejak kapan istilah SPG dipakai di Indonesia. Jejak yang ditulis oleh Noviyanto pada 10 November 2011, sejak jaman kerajaan Mataram, Roro Mendut adalah orang yang pertama kali menjadi SPG khususnya produk rokok untuk melunasi hutangnya pada Tumenggung Wiraguna. Terlepas dari mana istilah *sales promotion girl* yang digunakan di Indonesia, SPG sangat berguna bagi produsen khususnya untuk memperkenalkan produk baru serta meningkatkan penjualan. Oleh itu, produsen sangat selektif dalam memilih SPG. Kriteria yang dipilih oleh produsen yaitu berpenampilan menarik, komunikatif serta memiliki pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan (Dolorosa, Arum, Khoer, 14 Juli 2013).

Produsen memanfaatkan jasa SPG untuk menerapkan strategi pemasaran produk yaitu *sales promotion* yang merupakan salah satu cara menjual suatu produk. Menurut Kotler (2008) *sales promotion* merupakan bermacam alat intensif yang sebagian besar dalam jangka pendek dengan fungsi merangsang pembelian produk dalam jumlah besar di suatu waktu yang dilakukan oleh produsen. Tujuan dari *sales promotion* adalah untuk meningkatkan penjualan, mendorong pembelian produk serta mendapatkan pelanggan baru. Tidak dijelaskan dengan jelas sejak kapan produsen menggunakan jasa SPG sebagai salah satu media menaikkan penjualan di Indonesia. Namun pekerjaan tersebut

cukup menjanjikan dalam penghasilan setiap harinya sehingga banyak orang berebut untuk melamar.

Produsen menggunakan jasa SPG salah satunya untuk meningkatkan angka penjualan produk. Apalagi pada produk rokok yang belakangan sudah diantisipasi oleh pemerintah perihal penjualannya. Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah No 109 Tahun 2012 dengan tegas membatasi penjualan produk rokok salah satunya dengan pembatasan periklanan pada media elektronik. Pada pasal 25 hingga 27 dijelaskan sangat terperinci bahwa setiap orang tidak berhak menjual rokok menggunakan mesin, pada seseorang dibawah 18 tahun serta pada ibu hamil. Rokok boleh diiklankan di televisi hanya mulai pukul 22.00 WIB dengan syarat iklan tidak mengandung konten rokok, tidak menyebutkan bahwa itu merupakan produk rokok, serta tidak mencontohkan kegiatan merokok.

Upaya penekanan peredaran rokok tidak hanya terjadi di Indonesia, beberapa negara juga memperlakukan pembatasan peredaran rokok. Di Skotlandia, pemerintah membatasi peredaran rokok mulai tahun 2010. Namun adanya *point of sale* yaitu penempatan produk rokok di bagian yang mencolok pada sebuah toko menyebabkan daya tarik pembeli untuk memutuskan membeli. Padahal pembeli pada suatu toko tidak hanya orang dewasa sehingga anak dibawah umur tetap bisa melakukan pembelian dengan berbagai alasan. Penempatan rokok tersebut adalah bagian dari marketing penjualan produk (Stead, Eadie, MacKintosh, Best, Miller, Haseen, Pearce, Tisch, Macdonald, MacGregor, Amos, Sluijs, Frank, Haw, 2016).

Melihat dari sisi pekerja *sales promotion girl* produk rokok tidaklah semudah yang terlintas di pikiran kebanyakan orang. Penelitian yang dilakukan oleh Purwasih (2013) menjelaskan bahwa pekerjaan *sales promotion girl* bukanlah profesi yang mapan karena ada dua kriteria SPG yaitu SPG kontrak dan *freelance*. Keduanya memiliki batas waktu tertentu dalam kerjasama antara SPG dengan agen penyalur SPG. Ketika batas waktu tersebut selesai, maka kerjasama terputus tapi bisa juga diperpanjang sesuai dengan kesepakatan. Namun SPG harus merawat penampilan serta kelancaran komunikasinya sehingga agen dapat mempertimbangkan perpanjangan kontrak tersebut.

Purwasih (2013) juga menjelaskan bahwa agen memberikan target penjualan dalam setiap harinya sehingga menjadi tuntutan pekerjaan SPG untuk memenuhi target tersebut atau mendapatkan sanksi. Dewasa ini, SPG memang tidak hanya dibebankan pada pengenalan produk kepada konsumen, tapi juga untuk meningkatkan penjualan. Tidak jarang target penjualan malah menjadi beban bagi SPG sehingga ada beberapa SPG yang menghalalkan cara-cara untuk menarik konsumen. Suryana (13 November 2015) menuliskan adanya selebaran brosur ajakan kencan untuk menarik pembelian rokok yang dilakukan oleh salah satu oknum SPG rokok di kota Bekasi. Memang tidak semua SPG melakukan hal serupa untuk menarik pelanggan sehingga dapat memenuhi target penjualan.

Perilaku SPG rokok untuk menarik pembeli memunculkan persepsi negatif yang terbentuk di masyarakat. Masyarakat cenderung berpandangan negatif kepada SPG rokok karena ketentuan dari perusahaan itu sendiri untuk memikat konsumen yaitu peraturan untuk mengenakan pakaian yang telah ditentukan serta

target penjualan yang dibebankan kepada pekerja SPG rokok. Hal demikian menurut Samsudin dan Sudrajat (2013) disebut eksploitasi tubuh dari SPG rokok. Seragam SPG rokok yang terbuka dan memperlihatkan lekuk tubuh mampu menarik minat *customer* untuk membeli produk. Selain itu, adanya target penjualan membuat SPG rokok meluangkan waktu yang lama dan menghalalkan segala cara untuk terpenuhi target penjualan. Padahal tidak sedikit pekerja SPG rokok merasa risih dengan seragam yang ia kenakan. Selain itu, faktor lainnya yang membentuk persepsi negatif di masyarakat adalah gaya hidup dari SPG rokok.

Sari (2015) melakukan penelitian yang memperoleh fakta bahwa SPG rokok memiliki gensi yang tinggi sehingga memunculkan perilaku konsumtif dan membentuk gaya hidup yang glamor. Tidak dipungkiri gaya hidup glamor membawa SPG rokok dekat dengan kehidupan dunia malam. Apalagi ada sebagian SPG yang memanfaatkan “*customer nakal*” agar mendapatkan tambahan uang tip. Namun sekarang ini para pekerja sudah mulai terbiasa dengan pandangan negatif yang muncul karena mereka merasa memang benar adanya keadaan tersebut walaupun tidak semua SPG rokok melakukan tindakan yang menyimpang.

Ketentuan dari perusahaan dan perilaku SPG rokok yang menghalalkan segala cara untuk memenuhi ketentuan dari perusahaan tentulah dapat mencoreng *image* SPG produk rokok di Indonesia. Apalagi di kota Semarang yang notabene masih mengunggulkan tradisi budaya setempat. Budaya dapat berlaku sebagai konstruk individual artinya gambaran yang sudah terbentuk di masyarakat akan

memaknai pandangan seseorang terhadap orang dengan latar belakang budayanya tersebut (Dayakisni & Yunardi, 2012). Sekali lagi para pekerja bersedia untuk tetap bekerja karena pendapatan yang tinggi.

Gambaran pekerjaan yang telah ditelusuri oleh para peneliti di atas membangun konstruk berpikir di masyarakat yang menciptakan sebuah stereotip pada pekerja SPG rokok. Stereotip merupakan keyakinan mengenai karakter yang melekat pada individu atau kelompok (Taylor, Peplau, & Sears, 2009). Stereotip negatif membentuk penandaan atau *labelling* pada pekerja SPG rokok yang tidak jarang menimbulkan perilaku diskriminasi terhadap mereka. Konstruk berpikir yang demikian membuat seorang SPG rokok tenggelam dalam stigma yang terbentuk di masyarakat yang di arahkan padanya. Keyakinan atau fenomena tersebut menghalangi individu untuk berinteraksi sosial dan mendapatkan perhatian untuk bermasyarakat (Satcher dalam Teresa, 2010).

Berdasarkan penggalian data awal yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan narasumber, didapati bahwa pekerja SPG rokok merupakan mahasiswa. Profesi tersebut memiliki jam kerja selama 8 jam perhari namun tidak setiap hari SPG rokok bekerja sehingga tidak begitu mengganggu antara bekerja maupun berkuliah. Keinginan SPG rokok untuk melanjutkan kuliah tentunya dipengaruhi oleh pekerjaan SPG rokok yang tidak begitu menjanjikan karena produsen hanya ingin bekerja sama dengan perempuan yang memiliki penampilan menarik dan komunikatif saja. Biasanya usia diatas 30 tahun sudah tidak terpakai jasanya sebagai SPG rokok.

Bekerja merupakan salah satu tugas perkembangan dimasa dewasa awal. Periode dewasa awal adalah awal pola kehidupan dan harapan sosial baru bagi seseorang sehingga perlu adanya penyesuaian diri terhadap hal tersebut. Salah satunya adalah sebagai pencari nafkah bagi diri sendiri maupun bagi keluarga. Penyesuaian diri merupakan fase seseorang dihadapkan dengan lingkungan baru sehingga ia akan menyesuaikan diri dengan lingkungan tersebut atau lingkungan yang menyesuaikan diri dengan pribadinya (Gerungan, 2010).

Pada kasus ini, seorang SPG produk rokok awalnya adalah seorang yang masih menempuh pendidikan atau sudah selesai dalam pendidikan tersebut kemudian beralih ke dunia pekerjaan. Saat mendaftarkan diri ke agensi rokok, kebanyakan dari mereka sudah mengetahui stereotip negatif yang terbentuk di masyarakat. Individu yang memiliki penyesuaian diri yang baik dapat mengelola perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungannya (Siswanto, 2007). Dengan keadaan yang demikian, peran keluarga sangat penting untuk membentuk penyesuaian diri yang baik agar dapat bekerja dengan baik.

Kelekatan dengan ibu adalah faktor terbesar dari penyesuaian diri pada mahasiswa baru (Syarifa, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Syarifa tersebut menunjukkan bahwa untuk beradaptasi dengan lingkungan baru dukungan dari ibu adalah faktor terbesar walaupun ada beberapa faktor pendukung lainnya yaitu kondisi fisik, perkembangan dan kematangan psikis dan intelektual serta proses pembelajaran terhadap lingkungan. Hal ini tentunya juga berlaku kepada penyesuaian diri dari pelajar yang menjadi SPG rokok dengan stereotip negatif dari masyarakat.

B. Permasalahan

Bekerja merupakan cara individu untuk memenuhi kebutuhannya. Namun mencari pekerjaan pada era sekarang bukanlah hal mudah untuk individu yang hanya mengantongi ijazah SMP/ sederajat atau SMA/ sederajat. Kenaikan berbagai macam harga pada kebutuhan sehari-hari membuat individu mau bekerja dengan syarat apapun untuk mendapatkan upah yang tinggi. Salah satu pekerjaan yang bisa diterima dengan ijazah tersebut adalah menjadi *sales promotion girl* produk rokok. Pekerjaan ini bukanlah pekerjaan yang mudah apalagi konsumen produk rokok adalah laki-laki. *Image* dari pekerjaan inipun sudah dianggap negatif oleh sebagian masyarakat Indonesia. Belum lagi tuntutan pekerjaan yang harus terpenuhi untuk tetap bekerja menjadi SPG produk rokok.

Permasalahan yang ingin diangkat peneliti pada penelitian ini adalah bagaimana dinamika individu yang bekerja sebagai *sales promotion girl* pada produk rokok. Cara individu mendapatkan pekerjaan SPG serta cara beradaptasi dengan lingkungan baru. Pengalaman-pengalaman yang terjadi pada saat bekerja akan memengaruhi pemaknaan individu dalam pekerjaan tersebut.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti ingin menggali pengalaman individu yang bekerja menjadi *sales promotion girl* produk rokok, yang kemudian menjadi pertanyaan inti yaitu: Bagaimana pengalaman kerja seorang SPG?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami pengalaman psikologis pada *sales promotion girl* produk rokok. Pengalaman psikologis yang diutamakan dari penelitian ini adalah mulai dari pengambilan keputusan untuk bekerja, menyesuaikan diri dengan pekerjaan serta pengalaman yang muncul setelah menjadi SPG rokok yang tentunya setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan dibidang psikologi pada khususnya Psikologi Industri dan Organisasi serta Psikologi Sosial, yaitu dengan memberikan gambaran pengalaman bekerja pada *sales promotion girl*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memunculkan ketertarikan bagi peneliti lain untuk memperluas kajian penelitian mengenai pekerjaan yang unik dan memiliki citra tidak baik pada masyarakat.