

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

Unsa Faizati Safrina, Achmad Mujab Masykur*

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

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. Tujuan penelitian yaitu melihat pengalaman bekerja pada pekerja SPG khususnya produk rokok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan dianalisis dengan teknik eksplikasi data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi perilaku secara langsung. Subjek penelitian berjumlah empat orang yang tergolong usia dewasa awal dan sudah bekerja sekurangnya selama satu tahun. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keempat subjek mengalami perubahan kehidupan yang 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. Namun subjek lebih nyaman dengan rekan kerja dan menarik diri dengan lingkungan sosial. Rekan sesama SPG meningkatkan kepercayaan diri pada subjek untuk 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

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 SPGs, especially those who work in a cigarette company. 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 SPGs. The change originated from the decision of working as a SPGs 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 SPGs. 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 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

PENDAHULUAN

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 berfokus pada *sales promotion girl* atau SPG adalah pekerjaan yang menjual produk secara langsung kepada konsumen. Menurut Sido (30 Mei 2013) istilah SPG tercetus 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 gengsi 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 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. Kontruk 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 berinterkasi sosial dan mendapatkan perhatian untuk bermasyarakat (Satcher dalam Teresa, 2010).

Berdasarkan penggalan 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.

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.

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

METODE

Penelitian kualitatif didefinisikan oleh Moleong (2010) sebagai penelitian untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan cara deskripsi tertulis pada konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan bermacam metode alamiah. Fenomenologi merupakan salah satu model dalam penelitian kualitatif. Fenomenologi bertujuan untuk memahami pengalaman subjekif individu terhadap peristiwa tertentu (Moleong, 2010). Data penelitian didapatkan dengan wawancara yang mendalam dan observasi. Kemudian data dianalisis dengan teknik eksplikasi data dalam pendekatan deskriptif yaitu data yang bersifat implisit diolah menjadi data eksplisit sehingga dapat dimengerti. Metode analisis ini dikembangkan oleh Von Eckartsberg, Wertz, dan Schweitzer (Subandi, 2009) dengan beberapa tahapan yang perlu diperhatikan yaitu: Tahap 1: Memahami data yang diperoleh secara utuh, Tahap 2: Menyusun Deskripsi Fenomena Individual, Tahap 3: Mengidentifikasi episode-episode umum di setiap DFI, Tahap 4: Eplikasi tema-tema dalam setiap episode, Tahap 5: Sintesis dari penjelasan tema-tema dalam setiap episode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teknik eplikasi data, peneliti membagi pengalaman empat subjek menjadi tiga episode yaitu: episode memilih untuk bekerja, episode menjalani pekerjaan, dan episode transformasi kehidupan masa kini. Episode memilih untuk bekerja adalah masa saat subjek memutuskan untuk bekerja dengan pertimbangan berdasarkan kondisi yang terjadi saat itu. Dalam episode tersebut terdapat tema-tema khusus yang dapat dikerucutkan ke dalam tema umum. Bagian ini kemudian disebut dengan sintesis tema. Peneliti membagi sintesis tema menjadi tiga bagian yaitu memilih untuk bekerja sebagai SPG rokok, menjalani pekerjaan, dan kehidupan pasca menjadi SPG rokok rokok. Bagian pertama yaitu memilih untuk bekerja terdapat tema umum: gambaran kondisi keluarga dan kegiatan sebelum bekerja sebagai SPG rokok. Bagian kedua yaitu memulai pekerjaan sebagai SPG rokok terdapat tema umum: awal mula bekerja, pengalaman di lapangan, serta adaptasi dengan lingkungan. Bagian ketiga yaitu menjalani pekerjaan SPG rokok terdapat tema umum: perubahan yang dialami dan rencana yang akan datang.

Berada di tengah-tengah keluarga yang hidup dalam ekonomi rendah memaksa seseorang untuk menutar otak agar dapat keluar dari permasalahan tersebut. Salah satu bentuk penyelesaian masalah tersebut adalah bekerja. Padahal, mendapatkan pekerjaan lebih mudah jika seseorang telah menyelesaikan pendidikan karena ijazah yang didapat bisa digunakan sebagai salah satu syarat untuk melamar pekerjaan. Lebih tinggi ijazah yang dilampirkan untuk melamar pekerjaan, semakin baik bagian dari pekerjaan yang didapat sehingga penghasilan yang diperoleh pun semakin banyak. Berikut adalah temuan penelitian yang diulas berdasarkan teori yang ada. Subjek dalam penelitian ini adalah perempuan yang berusia antara 19 sampai 24 tahun. Usia tersebut menurut Hurlock (2011) berada pada tahap dewasa awal dimana terjadi perubahan cara berpikir menjadi realistis dan pragmatis yang mempengaruhi pemilihan tujuan hidup yang lebih matang salah satunya untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu tugas perkembangan pada dewasa awal sebagai bentuk kemandirian dan kesiapan untuk membina keluarga sendiri (Havighurst dalam Dariyo, 2004).

Keempat subjek menyadari bahwa mereka sudah saatnya untuk hidup mandiri salah satunya dengan memiliki penghasilan sendiri untuk mencukupi kebutuhannya. Namun, ada umumnya, mereka hanya mengantongi ijazah SMA/ sederajat sehingga sulit bagi mereka mendapatkan pekerjaan dengan gaji yang besar tanpa memiliki gelar sarjana. SPG rokok adalah salah satu alternatif bagi mereka dengan keadaan yang demikian. Dalam satu hari bekerja pendapatan yang diperoleh sebanyak Rp. 375.000, jika dikalikan dalam satu bulan penuh bekerja, mereka bisa mendapatkan penghasilan sebanyak kurang lebih Rp. 11.000.000. Angka yang lebih besar dari penghasilan seorang sarjana.

Tentunya penghasilan adalah salah satu alasan untuk memutuskan bekerja sebagai SPG rokok. Menurut Ivancevich, Konopaske, & Matteson (2007) model pengambilan keputusan terdapat enam tahapan yaitu menetapkan masalah, mengidentifikasi kriteria keputusan, mempertimbangkan kriteria yang diidentifikasi, menghasilkan alternatif yang mungkin dipilih, menilai semua alternatif pada masing-masing kriteria, dan menerapkan keputusan.

Pada penelitian ini permasalahan yang sering muncul adalah faktor ekonomi keluarga yang termasuk dalam kategori menengah kebawah. Orang tua berekonomi rendah cenderung tidak memberikan kepuasan dalam segi finansial kepada anaknya. Misalnya pada subjek N yang terpaksa membayar uang SPP pada saat SMA dengan uang sendiri karena malu meminta uang kepada nenek yang mengasuhnya. N diasuh oleh nenek lantaran kedua orangtuanya tidak memiliki penghasilan tetap sehingga tidak dapat memberi nafkah pada anaknya. Y juga berasal dari keluarga yang berekonomi rendah semenjak ayahnya meninggal saat SD dan ibu menjadi tulang punggung keluarga yang harus menafkahi keempat anaknya. Keadaan tersebut membuat Y kehilangan kesempatan untuk dapat melanjutkan sekolahnya ke perguruan tinggi dan harus membiayai sekolahnya sendiri.

Permasalahan ekonomi keluarga C dan G menjadi salah satu faktor untuk bekerja setelah lulus SMA/ sederajat. Keduanya memiliki keluarga yang berkecukupan dalam segi finansial namun merasa adanya tanggung jawab sebagai anak pertama dan tidak ingin merepotkan keluarganya. C yang memiliki ibu seorang penyanyi di acara pernikahan atau di kafe pada malam hari, enggan membebani ibunya lagi dan memilih menjadi tulang punggung keluarga karena ibunya sudah tua. G memiliki alasan yang lebih unik karena merasa jenuh dengan pelajaran sekolah saat SMA membuat G tidak ingin langsung melanjutkan kuliah. Keempatnya memperlihatkan faktor ekonomi keluarga menjadi sebuah permasalahan yang terjadi pada seseorang untuk memutuskan bekerja.

Melepaskan diri dari masalah ekonomi yang membelenggu subjek, salah satu alternatif jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang mereka ambil adalah bekerja di bidang lain terlebih dahulu. Subjek Y dan G memilih untuk bekerja sebagai admin toko dan resepsionis hotel. Namun hubungan mereka dengan rekan kerja lainnya tidak berjalan dengan harmonis. Hubungan dengan rekan kerja adalah salah satu faktor dari kepuasan kerja (Mullin dalam Wijono, 2014).

Keinginan bersekolah pada subjek Y, G dan N juga menjadi faktor lain untuk memutuskan mencari penghasilan yang cukup untuk membiayai sekolahnya. Pekerjaan menjadi SPG rokok sangat fleksibel dalam hal jam kerja yang menguntungkan untuk keempat subjek agar dapat melakukan pekerjaan lainnya. Subjek Y dan G semakin mantap untuk mengambil pekerjaan ini karena bisa berkuliah di salah satu universitas swasta di Semarang. Subjek N pun merasakan keuntungan karena dapat bekerja saat masih berada di bangku SMA.

Masyarakat di Indonesia memiliki pandangan negatif terhadap pekerjaan sebagai SPG rokok. Sebenarnya tidak hanya pekerjaan SPG rokok yang dipandang negatif tetapi seluruh pekerja SPG. Keempat subjek sudah mengetahui mengenai pandangan negatif dari masyarakat tersebut. Lingkungan masyarakat dari subjek juga sering membicarakan hal negatif yang belum tentu kebenarannya terhadap subjek. Berdasarkan permasalahan tersebut, subjek cenderung mengabaikan pendapat dari orang lain dan cenderung menghindari bergaul dengan lingkungan masyarakat yang tidak membuatnya nyaman. Perilaku dari subjek yang demikian mencirikan penyesuaian diri yang kurang efektif karena kurang mampu beradaptasi dengan tekanan dan kecemasan yang timbul. Penyesuaian diri yang efektif terjadi saat seseorang mampu beradaptasi ditengah tekanan dan kecemasan sehingga tidak membuatnya menghindari permasalahan dan mengganggu proses penyesuaian diri (Siswanto, 2007).

Pengabaian pendapat dari masyarakat sekitar subjek adalah bentuk dari hubungan subjek dengan keluarga. Tiga dari empat subjek kehilangan sosok ayah dalam kehidupan mereka dan perceraian adalah faktor dominan dari hal tersebut. Kondisi yang demikian menghasilkan kelekatan yang baik antara ibu dan anak terutama pada subjek Y. C memang dekat dengan ibunya tapi karena pekerjaan ibu C yang tidak dapat dipastikan kapan karena menjadi penyanyi *by request*, mereka jadi jarang berkomunikasi hingga C menjadi SPG rokok yang juga menyita waktu. N memiliki kondisi trumatis yang menyebabkan hubungan dengan ibu N tidak berjalan dengan harmonis lantaran ibu N menikah lagi tanpa persetujuan dari N. Kondisi keluarga yang demikian berpengaruh terhadap proses penyesuaian diri subjek terhadap lingkungan (Schneiders dalam Waluyo, 2009).

Dampak dari ketidaknyamanan untuk bergaul dengan masyarakat, tiga dari empat subjek lebih memilih untuk menghabiskan waktu dengan rekan kerja. Bergaul dengan rekan kerja ternyata tidak hanya menimbulkan kenyamanan dan naiknya kepercayaan diri namun juga muncul kebiasaan-kebiasaan baru yang sudah ditolelir oleh kelompok pertemanan tersebut. Berdasarkan teori dampak sosial (Latane dalam Taylor, Peplau & Sears, 2012) yang melihat seberapa kuat pengaruh dapat mempengaruhi seseorang terlihat bahwa kelompok SPG rokok berpengaruh kuat terhadap perubahan perilaku dari seseorang yang baru bekerja di SPG rokok.

N memang sudah menunjukkan perilaku negatif sejak SMA karena perceraian dari kedua orang tuanya. Namun, setelah bekerja sebagai SPG rokok ia semakin yakin untuk melakukan perilaku melanggar norma seperti merokok, minum minuman keras bahkan melakukan hubungan suami istri dengan pacar dengan penguatan bahwa teman-teman di SPG rokok juga melakukan hal yang sama dan melakukan hal-hal yang lebih ekstrim menurut N.

Y dan C juga melakukan hal serupa. Ketika mereka merasakan kejenuhan dalam kehidupan, teman di SPG rokok mengajak mereka untuk minum minuman keras dan merokok. C sering minum minuman keras ketika sedang bekerja di *club* malam untuk menarik perhatian dari pembeli. Hal ini didukung dengan perilaku yang sama dari rekan kerjanya. Berbeda dengan ketiga subjek yang lain, G tidak terlalu nyaman dengan pergaulan di SPG rokok. Ia lebih menekankan bahwa bekerja adalah hal utama daripada bergaul dengan rekan kerja. Hal ini terbentuk karena adanya pengalaman traumatis dari G sehingga tidak ingin terlalu dalam terjun ke dunia SPG rokok.

Keempat subjek sangat membedakan antara hubungan dalam pekerjaan dan hubungan pergaulan dengan rekan SPG rokok. Walaupun mereka terlihat akrab ketika sedang berada di luar pekerjaan, ternyata yang terjadi adalah muncul persaingan antar SPG rokok. Persaingan yang dimaksud adalah dalam hal pemenuhan target penjualan dan kinerja secara keseluruhan termasuk menjaga penampilan tubuh. Mereka cenderung bekerja secara individu dan tidak saling membantu

untuk memenuhi target penjualan. Hal yang mendasarai timbulnya perilaku tersebut adalah tuntutan pemenuhan target penjual yang dirasa ketiga subjek memberatkan karena tidak ada kompensasi atas pemenuhan target tersebut.

Model tim yang efektif menurut Robbins dan Judge (2015) yang terdiri dari tiga karakteristik yaitu 1) Konteks yang berisi sumberdaya yang memadai, kepemimpinan dan struktur, iklim kepercayaan, evaluasi kinerja dan sistem pemberian imbalan., 2) Komposisi meliputi kemampuan dari para anggota, kepribadian, mengalokasikan aturan, keagamaan, besaran tim, dan fleksibilitas anggota., 3) Proses terdiri dari tujuan umum, tujuan spesifik, keberhasilan tim, level konflik, dan kemalasan sosial. Kerjasama tim yang dibentuk oleh agensi tidak berlaku lagi karena SPG rokok terdesak tuntutan dari agensi tersebut sendiri.

Tuntutan target tersebut juga sangat menyita waktu dari subjek karena jika belum mencapai target penjualan ketika jam kerja sudah mulai berakhir, maka aka nada *overtime* kerja agar target tersebut terpenuhi. Padahal tiga dari empat subjek sudah memiliki tanggung jawab yang lain. Subjek Y dan G bekerja sambil berkuliah serta subjek C yang sudah memiliki keluarga. Terkadang untuk dapat memenuhi target penjualan, *team leader* memaksa SPG rokok untuk tetap bekerja sampai larut. Subjek merasa pekerjaan TL terlalu mudah dan tidak menguras tenaga seperti mereka sehingga terkadang timbul konflik antara TL dan SPG rokok.

Seragam kerja adalah hal lainnya yang membuat subjek tidak begitu nyaman bekerja sebagai SPG rokok. Subjek merasa terganggu dan risih ketika bekerja dengan mengenakan seragam yang seksi. Subjek C terutama merasa malu jika mengenakan seragam seksi karena sudah memiliki anak dan sekarang berstatus janda yang ditinggal meninggal oleh suaminya. Subjek G tidak nyaman mengenakan seragam seksi karena latar belakang keluarga yang bisa digolongkan sebagai keluarga yang baik.

Beberapa hal di atas adalah alasan ketidakpuasan subjek dalam bekerja. Menurut Howell dan Dipboye (dalam Waluyo, 2009) memandang kepuasan kerja sebagai hasil dari keseluruhan presentasi dari rasa suka dan tidak suka dari suatu pekerjaan. Satu-satunya hal terbesar yang membuat subjek mempertahankan pekerjaan adalah gaji yang didapatkan. Dari hasil yang didapatkan tersebut, mereka dapat membiayai kuliah, memenuhi kebutuhan sehari-hari serta memiliki modal untuk membuka usaha sendiri suatu saat nanti. Uang atau imbalan akan mempunyai dampak terhadap motivasi bekerja saat dirasa imbalan tersebut sebanding dengan kinerja seseorang (Waluyo, 2009).

Perilaku manusia tetap terarah pada tujuan adalah dorongan dari motivasi (Yuwono dkk, 2005). Motivasi terbesar dalam bekerja sebagai SPG rokok adalah penghasilan. Pada awalnya, subjek memiliki motivasi yang reaktif yaitu motivasi terhadap dorongan ekonomi keluarga. Namun berjalannya waktu, motivasi tersebut berubah menjadi motivasi yang bersifat proaktif yaitu motivasi sebagai usaha seseorang untuk meningkatkan kemampuan sebagai bentuk konkrit dari tuntutan pekerjaan.

Tubuh adalah salah satu “modal” terbesar pada pekerja SPG khususnya produk rokok dalam bekerja, tak terkecuali subjek pada penelitian ini. Penampilan menarik merupakan salah satu syarat mutlak yang diberikan oleh agensi rokok saat menyeleksi SPG baru. Keempat subjek sangat percaya diri ketika mendaftarkan diri menjadi SPG khususnya produk rokok karena memiliki penampilan menarik. Tubuh tersebut sangat dijaga oleh mereka karena memiliki makna yang sangat besar dalam mempertahankan pekerjaan tersebut. Keempat subjek bersedia mengeluarkan sebagean dari penghasilannya untuk melakukan perawatan diri seperti melakukan perawatan muka dan tubuh di klinik kecantikan serta membeli alat rias sendiri walaupun sudah disediakan oleh agensi. Masalah alat rias, subjek berpendapat bahwa kebersihan dari alat rias tersebut tidak terjamin sehingga lebih aman menggunakan alat rias kepunyaan sendiri.

Perawatan tubuh dilakukan oleh subjek untuk mempertahankan pekerjaan karena penampilan yang menarik merupakan salah satu cara berkompetisi dengan pekerja lainnya. Subjek sangat sadar untuk tetap menjaga penampilan agar tetap ‘dipakai’ jasanya oleh agensi dan terhindar dari surat peringatan bahkan pemecatan sepihak. Penampilan tubuh perlu dijaga untuk selalu

terlihat menarik adalah salah satu tuntutan agensi yang menghantui keseharian dari subjek. Mengapa tidak? Jika saja tubuh bertambah gemuk sedikit saja atau kulit terlihat kusam dan tidak terawat, maka konsekuensi yang di dapat adalah pemberhentian sepihak dari pihak agensi rokok. Subjek N menuturkan bahwa ada rekannya yang diberhentikan sepihak, ia merasa hal tersebut sebagai cambuk lantaran tubuhnya sudah mulai mengalami penggemukkan. N sudah diberi peringatan untuk melakukan diet atau terancam diberhentikan sepihak walaupun kontrak masih berjalan. Ketakutan akan pemberhentian sepihak juga diamali oleh Y dan C. Namun kali ini Y dan C takut karena sudah termasuk usia rawan pemberhentian jika kinerja mereka tidak meningkat. Mereka takut tersaingi oleh SPG rokok baru yang masih muda-muda dan lebih menarik. Y dan C mengaku tidak terlalu diambil pusing terhadap hal tersebut karena jika tetap merawat diri, mereka akan tetap mempunyai perawakan yang menarik konsumen.

Menjaga penampilan tubuh tentunya tidak hanya dirasakan untuk penampilan dalam pekerjaan. Mereka menjaga tubuh karena ingin mendapatkan perhatian dari orang lain sehingga tetap menarik. Pandangan individu terhadap kondisi tubuh ternyata dipengaruhi oleh bagaimana seseorang memandang atau dipandang oleh orang lain. Menurut penelitian dari Hutapea (2010), persepsi remaja terhadap citra diri remaja tersebut dipengaruhi oleh persepsi terhadap daya tarik fisik model televisi. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian ini yaitu subjek merasa ingin berpenampilan menarik karena lingkungan yaitu rekan kerja juga berpenampilan menarik. Subjek G ingin tetap menarik karena keinginan sendiri begitu pula pada subjek Y yang secara rutin meluangkan waktu untuk melakukan perawatan.

Rentang usia ternyata berpengaruh pula terhadap persepsi seseorang terhadap tubuh yang ia punyai. Usia subjek adalah usia peralihan antara remaja dan dewasa. Pada usia ini perubahan fisik sedang dalam puncaknya. Kematangan berpikir semakin sempurna karena sistem syarat manusia sudah terbentuk dan tersusun sempurna (Ali & Asrori, 2015). Hormon yang semakin tinggi memunculkan jerawat pada bagian wajah yang menimbulkan kegelisahan terhadap remaja tersebut. Begitu pula pada keempat subjek yang ingin berpenampilan menarik karena kesadaran diri sendiri agar tidak tersaingi dengan member baru serta agar dapat diperhatikan oleh orang lain.

Tubuh juga merupakan boomerang bagi SPG rokok. Mereka mempertahankan pemampilan sebenarnya adalah untuk tetap menarik pelanggan agar membeli produk yang dijual dan mencapai target penjualan. Namun, masyarakat menganggap ciri khas yang melekat dalam tubuh mereka adalah sebuah hal yang negatif dan memunculkan stigma yang negatif dalam masyarakat. Munculnya stigma ini adalah proses dari pelabelan yang diberikan sekelompok masyarakat kepada sekelompok SPG rokok tersebut. Kemudian sekelompok masyarakat tersebut membentuk pemikiran terhadap ciri khas pada SPG rokok tersebut. Sekelompok masyarakat tersebut kemudian memberikan jarak antara SPG rokok dan sekelompok masyarakat tersebut. Pada akhirnya, timbullah perlakuan yang negatif terhadap SPG rokok karena adanya perbedaan yang signifikan (Link & Phelan dalam Scheid & Brown, 2010).

Semua yang dilakukan bukanlah hal yang sia-sia. Dengan gaji yang melebihi gaji PNS golongan 3, terdapat perubahan dalam diri mereka terutama mengenai finansial. Gaji rata-rata dalam sebulan adalah 4 juta rupiah hingga 7 juta rupiah mampu memperbaiki keadaan ekonomi keluarga. Gaji tersebut dipergunakan untuk kebutuhan primer yaitu sandang pangan dan biaya pendidikan serta kebutuhan sekunder berupa kendaraan, barang-barang bermerek, hingga barang-barang investasi seperti asuransi dan emas.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, didapatkan gambaran mengenai pekerjaan SPG produk rokok. Keempat subjek bertutur bahwa kehidupan tidak selalu sesuai dengan apa yang diinginkan. Keempatnya hanya mengantongi ijazah SMA atau sederajat untuk melamar pekerjaan. Tiga dari empat subjek mengalami kesulitan ekonomi sehingga memilih untuk bekerja sementara satu subjek lainnya bekerja karena sudah jenuh dengan sekolah. Pekerjaan SPG produk rokok

menawarkan gaji yang tinggi dengan cara bekerja yang mudah. Gaji yang didapat sekitar 4 juta sampai 7 juta rupiah dalam sebulan. Keadaan tersebut merubah kehidupan subjek secara signifikan dalam hal finansial. Kemapanan keuangan yang didapat membuat subjek mampu memenuhi kebutuhan primer hingga tersier.

Pekerjaan SPG rokok bukanlah pekerjaan yang mudah seperti asumsi dari masyarakat awam. Pekerjaan ini menguras waktu dan tenaga karena adanya target penjualan. Berdasarkan pengalaman subjek G, seragam yang dikenakan saat bekerja beragam dan cenderung memperlihatkan lekuk badan dari pemakainya. Padahal, mereka menjual diberbagai macam tempat dari pasar, jalanan, hingga tempat hiburan malam. SPG rokok juga harus bersinggungan langsung dengan orang-orang dengan berbagai macam latar belakang, seperti buruh pasar, *bodyguard*, pegawai hingga para penikmat tempat hiburan malam. Tak jarang mereka mendapatkan perlakuan buruk dari calon pembeli. Kondisi yang terlihat oleh orang awam dengan keadaan yang demikian, membangun asumsi negatif yang menyebabkan SPG rokok menjaga jarak untuk bersosialisasi dengan lingkungan rumah dan menyamankan diri bergaul dengan rekan sesama SPG rokok yang notabene memiliki pandangan yang sama dihadapan masyarakat.

Keempat subjek memiliki harapan untuk kehidupan yang baik dari sisi finansial dan dapat dipandang positif oleh masyarakat. Subjek Y dan G berharap dengan berkuliah mereka dapat mendapatkan pekerjaan yang tetap dan bertahan sampai usia lanjut walaupun dengan gaji yang lebih kecil dari SPG rokok. Subjek N ingin meneruskan kuliah sebagai pembuktian bahwa walaupun memiliki keluarga yang tidak harmonis, ia mampu menjadi orang yang terpuja di masa depan. Subjek C dan N juga ingin menjadi wirausaha dengan bermodalkan penghasilan sekarang ini dan menjadi pemilik utama usaha tersebut. Harapan dari keempat subjek ini tidak lain sebagai bentuk aktualisasi diri mereka menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang berupa judul buku:

- Asrori, M., & Ali, M. (2015). *Psikologi remaja: Perkembangan peserta didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial jilid 2*. (ed. ke-10). Jakarta: Erlangga
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi perkembangan dewasa muda*. Jakarta: Grasindo
- Dayakisni, T., & Yuniardi, S. (2012). *Psikologi lintas budaya*. Malang: Uninvestitas Muhammadiyah Malang
- Desmita. (2014). *Psikologi perkembangan peserta didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gerungan. (2010). *Psikologi sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Hardiansyah, H. (2010). *Metode penelitian kualitatif, untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi perkembangan, suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. (ed. ke-5). Jakarta: Erlangga
- Ivaneceovich, Konopaske, Matteson. (2007). *Perilaku & manajemen organisasi jilid 1*. (ed. ke-7). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Marliani, R. (2015). *Psikologi perkembangan*. Bandung: Pustaka Setia
- Moleong, J. Lexy. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. (ed. revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwandari, E. K. (2013). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Depok: Perfecta

- Robbin, S. P. (2001). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Tema Baru
- Robbin, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Santrock, J. W (2012). *Perkembangan masa hidup*. (ed. ke-13). Jakarta: Erlangga
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Scheid, T. L., Brown, T. N. (2010). *A Handbook for Study of Mental Health: Social Contexts, Theories, and Systems 2nd Edition*. New York: Cambridge University Press.
- Siswanto. (2007). *Kesehatan mental: Konsep, cakupan dan perkembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset
- Subandi, M.A. (2009). *Psikologi dzikir, studi fenomenologi pengalaman transformasi religius*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, S. E., Peplau, L. N., & Sears, D.O. (2012). *Psikologi soisal*. (ed. ke-12). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Yusuf, S., & Nurihsan, A. J. (2011). *Teori kepribadian*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Yuwono, I., Suhariadi, F., Handoyo, S., Fajrianti., Muhamad, B. S., & Septarini, B. G. (2005). *Psikologi industri & organisasi*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga
- Waluyo, M. (2009). *Psikologi teknik industri* Jogjakarta: Graha Ilmu
- Wijono, S. (2014). *Psikologi industri & organisasi: dalam suatu bidang gerak psikologi sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Pustaka yang berupa Handbook:

- Major, B.N., & O'Brien, L.T. (2005). The social psychology of stigma. *Annual Review of Psychology*, 56, 393-421.

Pustaka yang berupa Jurnal:

- Purwasih, J. H. G. (2013). Fenomena *sales promotion girl* (SPG) freelance pada mahasiswa di Kota Surakarta. *Skripsi UNS*
- Samsudin, N. V., & Sudrajat, A. (2013). Eksploitasi tubuh *sales promotion girl* (SPG) rokok. *Paradigma*, 1, 1
- Sari, L. N. (2015). Potret perilaku sosial SPG (*sales promotion girl*) rokok di mata masyarakat kelurahan Benua Melayu Darat Kota Pontianak. *Jurnal S-1 Sociologue*, 3, 1 (ed. Maret)
- Stead, M., dkk. (2016). Young people's exposure to point-of-sale tobacco products and promotions. *Public Health*, 136, 48-56
- Suryono. (2013). Kesesuaian tingkat pendidikan & jenis pekerjaan. *Jurnal Bumi Indonesia*, 2, 1.
- Syafira, M., & Indrawati, E. S. (2017). Kelekatan aman terhadap ibu dan penyesuaian diri pada mahasiswa tahun pertama fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal empati*, 6, 1, 276-280