

**SALES PROMOTION GIRL DI PEKANBARU
(STUDI KASUS PADA PT. H.M SAMPOERNA Tbk,)**

Oleh: Andika Pramana Putra
Andikapramanaputra91@gmail.com
Dosen Pembimbing: Dr. Achmad Hidir, M.Si
achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Sales Promotion Girl Di Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan di Pekanbaru di mana Peneliti selalu mendatangi tempat-tempat dimana ada even rokok Sampoerna. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi perempuan mau bekerja menjadi Sales Promotion Girl Rokok dan untuk mengetahui apa suka dan duka yang dirasakan oleh perempuan yang bekerja menjadi Sales Promotion Girl rokok. Subjek dalam penelitian ini ada 5 orang yaitu mereka yang berusia dari 24-26 Tahun. Penulis menggunakan metode kualitatif dan data dianalisis secara kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi yang di dalamnya termasuk dokumentasi dan wawancara. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis menemukan bahwa alasan para perempuan bekerja menjadi Sales Promotion Girl adalah karena kebutuhan ekonomi, keinginan untuk hidup lebih mandiri. Dapat di simpulkan bahwa factor yang mendasar para perempuan mau bekerja menjadi Sales Promotion Girl adalah karena kebutuhan ekonomi yang semakin lama semakin meningkat serta keinginan untuk hidup mandiri tanpa membebani orangtua lagi juga merupakan salah satu faktor perempuan mau bekerja menjadi Sales Promotion Girl Rokok Di Pekanbaru.

Kata kunci : Sales Promotion Girl

**SALES PROMOTION GIRL DI PEKANBARU
(STUDI KASUS PADA PT. H.M SAMPOERNA Tbk,)**

By: Andika Pramana Putra

Andikapramanaputra91@gmail.com

Supervisor : Dr. Achmad Hidir, M.Si

achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology

Faculty of Social Sciences Political Science

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Sales Promotion Girl in Pekanbaru. This research was carried out in Pekanbaru where researchers always visited places where there were cigarette Sampoerna events. The purpose of this study is to find out what lies behind women who want to work as Sales Promotion Girl cigarettes and to find out what the joys and sorrows felt by women who work as Sales Promotion Girl cigarettes. The subjects in this study were five people namely those aged 24-26 years. The author uses qualitative methods and the data is analyzed qualitatively and uses observational data collection techniques which include documentation and interviews. From the results of research conducted the authors found that the reason women work as Sales Promotion Girls is because of economic, the desire to live more independently. It can be concluded that the basic factor of women wanting to work as Sales Promotion Girls is because the economic needs that are increasingly increasing and the desire to live independently without burdening parents is also one of the factors women want to work as Sales Promotion Girls cigarettes in Pekanbaru.

Keyword : Sales Promotion Girl

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat sekitar kita banyak sekali kita temui seseorang perokok dan merokok dimanapun itu. Merokok merupakan selera bagi seorang perokok, tapi merokok merupakan hal sudah biasa dikacamata sehari-hari. Merokok adalah kegiatan yang sangat berhubungan dekat dengan pria. Dalam suatu perusahaan yang besar seperti perusahaan SAMPOERNA yang bernaung di perusahaan rokok terbesar di Indonesia, dalam melakukan penjualan rokok SAMPOERNA membutuhkan sekali minat belidalam mengenalkan produk baru dari perusahaan.

Pemasaran suatu produk memerlukan beberapa aktivitas yang melibatkan berbagai sumber daya. Keterlibatan sumber daya dalam hal ini mengarah pada kekuatan dari sumber daya untuk mengelola suatu produk sehingga dapat diterima dalam masyarakat. Aktivitas promosi biasanya melibatkan keterampilan bagi tiap-tiap personalnya, seperti kegiatan promosi melalui *Sales Promotion Girl*.

Kebutuhan perusahaan terhadap tenaga *Sales Promotion Girl* disesuaikan dengan karakteristik suatu produk yang akan dipasarkan. Promosi produk untuk kebutuhan sehari-hari biasanya menggunakan tenaga *Sales Promotion Girl* dengan kriteria yang dimungkinkan lebih rendah dibandingkan dengan *Sales Promotion Girl* untuk produk rokok. Dengan demikian, pemilihan penggunaan tenaga *Sales Promotion Girl* dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan produk yang akan dipromosikan. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi *Sales Promotion Girl* memungkinkan akan meningkatkan daya tarik konsumen pada

produk yang dipromosikan. Promosi menjadi hal yang sangat penting bagi suatu usaha bahkan tidak jarang pengusaha atau perusahaan merogoh kocek cukup dalam untuk hal mempromosikan produknya. Promosi penjualan adalah suatu aktivitas yang melakukan perangsangan secara langsung dalam menawarkan nilai tambah atau inefektif produk tertentu kepada konsumen atau pihak yang ingin menjualnya lagi .

Sales Promotion Girl adalah aset dari perusahaan yang juga memiliki nilai penting dalam menunjang tercapainya keberhasilan dan tujuan perusahaan. Suatu perusahaan baik yang menghasilkan barang maupun jasa hampir dipastikan membutuhkan SPG yang bertugas sebagai penghubung dari perusahaan kepada konsumen dan juga membermasukan atau informasi tentang karakteristik konsumen kepada perusahaan. Kondisi ini menyebabkan posisi SPG tak kalah pentingnya dengan posisi-posisi lain di perusahaan (McCarthy dan Perreault, 1993).

Profesi sebagai *Sales Promotion Girl* atau biasa disingkat SPG bagi sebagian orang dianggap sebagai profesi yang negatif. SPG identik dengan cewek yang sexy cantik dan nakal. Padahal sebenarnya job description SPG adalah menawarkan produk kepada konsumen, mengenalkan produk dan menjelaskan segala hal yang berkaitan dengan produk tersebut dengan tujuan supaya konsumen mau membeli produk tersebut. Meskipun terkadang seragam SPG sangat seksi, tapi itu bukan berarti dia menjual tubuhnya. Dia menjual produk, bukan tubuh. Perusahaan memberi seragam sexy supaya dengan penampilan yang seksi SPG dapat menarik perhatian konsumen khususnya konsumen pria. Seragam sexy ini sering digunakan oleh SPG rokok.

Pemilihan penggunaan tenaga *Sales Promotion Girl* dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan produk yang akan dipromosikan. Kesesuaian antara produk yang akan dipromosikan dengan kualifikasi *Sales Promotion girls* memungkinkan akan meningkatkan daya tarik konsumen pada produk yang dipromosikan.

Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota modern yang memiliki banyak gedung dan even-even yang besar. Mall, convention center stadion dan gor tersedia dengan standar yang cukup menunjang. Tempat-tempat ini menjadi beberapa tempat yang selalu dijadikan berbagai even-even, baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun swasta. PT H.M SAMPOERNA Tbk, ialah PT yang menyediakan atau menjual rokok dan termasuk PT penyedia rokok terbesar di Indonesia. Kota Pekanbaru memiliki banyak SPG. Mereka ditempatkan disuatu tempat yang biasanya disebut mereka dengan kata Vendor disitulah tempat para SPG-SPG berkumpul. Sistem kerja SPG ini ialah sistem pesan apabila ada PT yang memerlukan jasa mereka untuk mempromosikan produk mereka, maka mereka akan menyediakan beberapa SPG atau tergantung permintaan dari PT itu tersebut untuk mempromosikan produk-produk mereka di even yang telah dibuat oleh PT itu tersebut. Pada PTH.M SAMPOERNA Tbk, biasanya mereka membutuhkan 4 orang SPG dan 1 TL untuk even produk rokok mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa yang Melatarbelakangi perempuan bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok Sampoerna di Pekanbaru?

2. Apa Suka dan Duka yang dialami oleh *Sales Promotion Girl* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui latarbelakang perempuan bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok Sampoerna di Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui suka dan duka yang dialami oleh *Sales Promotion Girl*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran bagi peneliti berikutnya khususnya yang tertarik untuk meneliti masalah-masalah yang berkaitan dengan kehidupan *Sales Promotion Girl* .
2. Salah satu sarana menambah pengetahuan penulis dan sumbangan pemikiran serta informasi bagi masyarakat umum sekaligus sebagai bahan masukan bagi yang berminat untuk kajian ilmu sosial khususnya ilmu sosiologi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Sales Promotion Girl

Pengertian *Sales Promotion Girl* dapat dilihat dari berbagai aspek. Secara penggunaan bahasa, *Sales Promotion Girl* merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Profesi ini biasanya menggunakan wanita yang mempunyai karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen

Sales Promotion Girl adalah seorang perempuan yang direkrut oleh perusahaan

untuk mempromosikan produk.”pendapat ini melihat keberadaan sales promotion girl dari fungsinya yaitu sebagai pihak presenter dari suatu produk. Lebih lanjut pendapat ini mengilustrasikan bahwa tugas utama dari sales adalah promosi produk, pada umumnya status *Sales Promotion Girl* adalah karyawan kontrak. Mereka dikontrak dalam kurun waktu tertentu untuk mempromosikan produk.

2.2 Teori Tindakan Sosial Dalam Memilih *Sales Promotion Girl*

Prinsip-prinsip pemikiran Talcott Parsons bahwa tindakan individu manusia itu diarahkan pada tujuan. Di samping itu, tindakan itu terjadi pada suatu kondisi yang unsurnya sudah pasti, sedang unsur-unsur lainnya digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Selain itu, secara normatif tindakan tersebut diatur berkenaan dengan penentuan alat dan tujuan. Atau dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa tindakan itu dipandang sebagai kenyataan sosial yang terkecil dan mendasar, yang unsur-unsurnya berupa alat, tujuan, situasi dan norma.

Weber melihat sosiologi sebagai sebuah studi tentang tindakan sosial antar hubungan sosial dan itulah yang dimaksudkan dengan pengertian paradigma definisi sosial dan itulah yang dimaksudkan dengan pengertian paradigma definisi atau ilmu sosial itu. Tindakan manusia dianggap sebagai sebuah bentuk tindakan sosial manakala tindakan itu ditujukan pada orang lain.

Pokok persoalan Weber sebagai pengemuka exemplar dari paradigma ini mengartikan sosiologi sebagai studi tentang tindakan sosial antar hubungan sosial, dan hal itulah yang menurutnya menjadi pokok persoalan sosiologi. Yang dimaksud dengan tindakan sosial itu

adalah tindakan individu sepanjang tindakannya itu mempunyai makna atau arti subjektif baik dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Sebaliknya tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati atau objek fisik semata tanpa di hubungkannya dengan tindakan orang lain bukan merupakan tindakan sosial.

Max weber mendefenisikan sosiologi sebagai ilmu tentang institusi sosial. Sosiologi Weber adalah ilmu tentang perilaku sosial. Menurutnya terjadi suatu pergeseran tekanan ke arah keyakinan, motivasi, dan tujuan pada diri anggota masyarakat, yang semuanya memberi isi dan bentuk kepada kelakuannya. Kata perikelakuan dipakai oleh Weber untuk perbuatan-perbuatan yang bagi si pelaku mempunyai arti subjektif. Pelaku hendak mencapai suatu tujuan atau ia didorong oleh motivasi. Perikelakuan menjadi sosial menurut Weber terjadi hanya kalau dan sejauh mana arti maksud subjektif dari tingkahlaku membuat individu memikirkan dan menunjukkan suatu keseragaman yang kurang lebih tetap.

Max Weber dalam memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan seseorang, berasumsi bahwa seseorang dalam bertindak tidak hanya sekedar melaksanakannya tetapi juga menempatkan diri dalam lingkungan berfikir dan perilaku orang lain. Konsep pendekatan ini lebih mengarah pada suatu tindakan bermotif pada tujuan yang hendak dicapai atau in order to motive.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian (*Strategy of Inquiry*)

Dalam penelitian ini penulis memakai Metode Kualitatif., yang dimaksud metode kualitatif adalah “Suatu

pendekatan yang memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia atau lebih dikenal dengan pola-pola.

3.2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan syarat utama dalam melakukan penelitian. Apabila tidak adanya lokasi penelitian maka penelitian itu tidak akan berjalan dan terlaksana bagaimana semestinya. Peneliti haruslah mempunyai tempat atau sebuah lokasi yang akan dijadikan sebuah tempat penelitian. Penelitian ini dilakukan di tempat-tempat yang diadakan oleh rokok Sampoerna di Kota Pekanbaru

3.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *key informan* sebagai informan kunci yang mengetahui kondisi para *Sales Promotion Girl* di jalan Sudirman Pekanbaru yaitu Faiz ketua dari Tim Community SPG yang berada di tempat (vendor).

Subjek penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Pada pengambilan subjek penelitian hanya pada individu yang didasarkan pada pertimbangan dan kriteria yang harus dipenuhi subyek penelitian. Kriterianya yaitu :

1. Sales Promotion Girl yang ada di Pekanbaru.
2. Bisa berkomunikasi dengan baik.
3. Bersedia menjadi subyek penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam metode ilmiah karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan.

“pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk memperoleh informasi atau data-data yang lengkap di perlukan sebagai berikut :

3.4.1 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pengaju atau pemberi pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan.

Teknik wawancara dalam penelitian ini bebas dan terfokus, yang dimaksud dengan wawancara bebas adalah “pertanyaan yang tidak terpusat pada satu masalah saja tetapi pertanyaan dapat beralih-alih dari satu pokok persoalan ke persoalan lainnya, sedangkan data yang diinginkan beraneka ragam.

3.4.2 Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

3.4.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data dan menambah pemahaman atau informasi

untuk penelitian. Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan migrasi masyarakat desa ke Pekanbaru. Selain itu, penulis juga mencari dari sumber lainnya melalui buku-buku, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan permasalahan yang di kaji. Studi dokumentasi merupakan salah satu sumber data sekunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, gambar dan foto-foto yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti.

3.4.4 Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data melalui buku-buku bacaan yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti sebagai landasan teoritis untuk memperkuat penelitian ini supaya lebih ilmiah. Berupa buku-buku, artikel dan laporan-laporan yang mempunyai referensi dengan permasalahan penelitian, yang datanya bersifat sekunder.

3.5 Sumber Data

Data primer itu sendiri berasal langsung dari responden yang didapatkan dari hasil wawancara. Data sekunder didapatkan dari informasi-informasi terkait, yaitu kantor desa, instansi terkait, buku-buku dan media elektronik lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.6 Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi tanda atau kode, dan mengkategorikan data sehingga dapat ditemukan dan dirumuskan hipotesis kerja berdasarkan data yang diperoleh. Analisis data ini dimulai dari

menelaah data secara keseluruhan yang telah tersedia dari berbagai macam sumber, baik itu pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan yang lainnya. Data yang diperoleh selama penelitian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif

BAB V SALES PROMOTION GIRL

5.1 Subjek Penelitian

Profil subjek penelitian dianalisis dari indikator usia, asal, dari kapan mulai bekerja menjadi SPG dan penghasilan yang di dapat. Peneliti juga menguraikan mengenai latar belakang keluarga subjek penelitian untuk melihat latar belakang pendorong subjek penelitian untuk bekerja. Data yang digunakan untuk analisis profil subjek penelitian didapatkan dari wawancara yang dilakukan pada masa penelitian.

5.2 Latar Belakang Perempuan Bekerja Menjadi Sales Promotion Girl Rokok

Fenomena promosi menggunakan jasa *Sales Promotion Girl* (SPG) semakin marak dilihat dari banyaknya perusahaan yang menggunakan jasa mereka untuk mempromosikan maupun menjual produknya secara langsung. Jasa SPG juga banyak digunakan untuk berbagai event, seperti pameran atau peluncuran produk baru. Permintaan yang tinggi terhadap jasa SPG dapat dilihat dari banyaknya iklan lowongan pekerjaan tersebut di berbagai media. Penampilan SPG yang menarik dianggap dapat membantu memperkenalkan suatu produk dan mengundang perhatian konsumen terhadap produk tersebut. Dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, SPG yang berpenampilan menarik diharapkan dapat mempengaruhi

konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Pekerjaan sebagai SPG nampaknya memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak perempuan muda, antara lain karena tidak menuntut tingkat pendidikan yang tinggi tetapi imbalan finansial yang diterima relatif cukup besar.

Subjek penelitian akan memiliki beragam alasan yang akhirnya memutuskan mereka untuk lebih fokus membangun kehidupan ekonomi, dibandingkan kehidupan lainnya. Untuk itu, berikut adalah penulis akan menguraikan mengenai apa yang melatarbelakangi perempuan mau bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok.

5.2.1 Memenuhi Kebutuhan Ekonomi *Sales Promotion Girl*

Faktor utama yang mempengaruhi subjek penelitian untuk bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok tentu saja karena untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Kebutuhan ekonomi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam kesehariannya. Bukan hanya sebagai pemulus kehidupan bahkan sebagai maskot dari strata sosial. Subjek penelitian umumnya tidak berasal dari keluarga yang memiliki kondisi ekonomi yang berkecukupan. Subjek penelitian ini berasal dari keluarga yang latar belakang ekonominya serba terbatas. Subjek penelitian menyadari hal tersebut dan mencari cara untuk merubah kehidupannya meskipun tidak terlalu baik. Setidaknya, subjek penelitian mampu menafkahi dirinya sendiri, disaat perempuan-perempuan lain masih bergantung kepada orangtua mereka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. berikut adalah beberapa tanggapan subjek penelitian yang telah dirangkum.

5.2.2 Dorongan Untuk Hidup Mandiri

Mereka yang telah memilih hidup mandiri, harus bisa menyesuaikan diri dari yang awalnya selalu bertemu dengan keluarga, sekarang harus bisa hidup mandiri jauh dari keluarga bahkan untuk berkumpul bersama saja sudah sangat jarang. Akan tetapi mereka yang memilih untuk hidup mandiri sangat bersyukur bisa hidup dengan mandiri tanpa harus menyusahkan orangtua. Suatu kebanggaan tersendiri bagi mereka perempuan-perempuan yang bekerja walaupun hanya sebagai *Sales Promotion Girl*, dengan bekerja mereka bisa hidup lebih mandiri, mereka bisa membantu sedikit perekonomian keluarga mereka

Sikap kemandirian merupakan kemampuan untuk mengatur hidupnya sendiri, manajemen waktu, dan kemampuan berpikir secara mandiri, dan mandiri dalam memecahkan setiap masalah yang ada di hadapannya. Sikap ini sangat penting bagi perempuan-perempuan yang bekerja apalagi yang merantau, agar mampu menjadi manusia yang mandiri dan berdikari. Manusia yang mandiri tidak selalu bergantung pada orang lain tentang bagaimana mengatasi masalahnya. Permasalahan yang muncul selama ini mengapa perempuan tidak memiliki sikap kemandirian, tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhinya, di antaranya faktor internal dan eksternal.

5.2 Suka Dan Duka *Sales Promotion Girl*

Banyak sekali suka dan duka yang dirasakan oleh *Sales Promotion Girl* khususnya pada Sales Rokok, sangat banyak tekanan yang mereka rasakan selama mereka bekerja menjadi *Sales Promotion Girl*, padahal seperti yang kita ketahui bekerja adalah sesuatu yang

membantu kita dalam mendapatkan penghasilan. Begitu pula para perempuan-perempuan yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* mereka bekerja untuk mendapatkan penghasilan agar mereka bisa menaikkan perekonomian keluarga, akan tetapi pekerjaan yang mereka kerjakan tersebut sangat banyak tekanannya, pekerjaan mereka selalu dipandang negatif oleh masyarakat. Pakaian yang sexy tersebut yang membuat mereka menjadi sorotan negatif masyarakat, padahal belum tentu mereka yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* rokok yang menggunakan pakaian sexy tersebut berjualan sambil menjual diri seperti yang masyarakat pikirkan.

5.2.1 Suka

Setiap pekerjaan pasti mempunyai fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Dalam setiap organisasi juga terdiri dari bermacam-macam seksi dan tugasnya masing-masing. Misalnya seksi acara, seksi perlengkapan, seksi keamanan, dan lain-lain. Seksi perlengkapan tugasnya adalah mendata barang-barang organisasi yang ada dan menyediakan barang-barang yang dibutuhkan agar kegiatan dapat berjalan baik adanya. Begitu juga dengan perusahaan, ada divisi keuangan, divisi gudang, divisi sales dan lain-lain. Divisi sales bertanggung jawab menjual barang/jasa untuk konsumen demi kemajuan perusahaan. Setiap divisi memiliki tanggung jawab yang berbeda. Namun, yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* pasti inilah suka yang sering dirasakan.

Suka yang dirasakan oleh *Sales Promotion Girl* salah satunya ialah, pendapatan bulanan terkadang mereka menerima dua kali sekaligus dalam sebulan. Hal inilah yang membuat

semangat kerja para *Sales Promotion Girl* Rokok ini menggebu-gebu. Gaji mereka di awal bulan yang belum habis, pada pertengahan bulan mereka mendapat komisi dari hasil jerih lelah mereka berjualan rokok. Terlebih lagi bagi mereka yang jualannya melebihi target yang telah ditentukan oleh perusahaan, biasanya mereka mendapatkan komisi jauh lebih besar dari gaji pokok mereka. Hingga pada akhirnya keberhasilan mereka terletak pada berapa banyaknya barang atau rokok yang mereka jual.

5.2.2 Duka

Sepintas pekerjaan sebagai *Sales Promtion Girl* (SPG) terlihat mudah. Tak jarang, beberapa orang memandang rendah para *Sales Promotion Girl* karena menganggap hanya bermodal tubuh indah dan wajah rupawan. Kenyataannya, pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* tidaklah semudah yang dipikirkakan orang.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Faktor utama yang mempengaruhi banyak perempuan untuk bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok tentu saja karena untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Kebutuhan ekonomi menajadi salah satu faktor yang paling utama.

Mereka yang telah memilih hidup mandiri, harus bisa menyesuaikan diri dari yang awalnya selalu bertemu dengan keluarga, sekarang harus bisa hidup mandiri jauh dari keluarga bahkan untuk berkumpul bersama saja sudah sangat jarang. Akan tetapi mereka yang memilih untuk hidup mandiri sangat bersyukur bisa hidup dengan mandiri tanpa harus menyusahkan orangtua. Suatu kebanggaan tersendiri bagi mereka perempuan-perempuan yang bekerja walaupun hanya sebagai *Sales Promotion*

Girl, dengan bekerja mereka bisa hidup lebih mandiri, mereka bisa membantu sedikit perekonomian keluarga mereka.

Banyak sekali suka dan duka yang dirasakan oleh *Sales Promotion Girl* khususnya pada Sales Rokok, sangat banyak tekanan yang mereka rasakan selama mereka bekerja menjadi *Sales Promotion Girl*, padahal seperti yang kita ketahui bekerja adalah sesuatu yang membantu kita dalam mendapatkan penghasilan. Begitu pula para perempuan-perempuan yang bekerja menjadi *Sales Promotin Girl* mereka bekerja untuk mendapatkan penghasilan agar mereka bisa menaikkan perekonomian keluarga, akan tetapi pekerjaan yang mereka kerjakan tersebut sangat banyak tekanannya, pekerjaan mereka selalu dipandang negatif oleh masyarakat. Pakaian yang sexy tersebut yang membuat mereka menjadi sorotan negatif masyarakat, padahal belum tentu mereka yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* rokok yang menggunakan pakaian sexy tersebut berjualan sambil menjual diri seperti yang masyarakat pikirkan.

6.2 Saran

Dari kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk *Sales Promotion Girl*, untuk dapat lebih menguatkan diri agar tidak terjerumus oleh dunia luar yang membuat rugi diri sendiri. Karena banyak pada zaman sekarang ini para perempuan yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* terjerumus ke dalam dunia malam atau menjadi perempuan yang bisa dipakai. Untuk para perempuan yang bekerja menjadi *Sales*

Promotion Girl rokok harus bisa bersabar dengan tanggapan-tanggapan negatif dari masyarakat.

2. Untuk masyarakat. Untuk dapat memahami pekerjaan perempuan-perempuan yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* Rokok jangan memandang sebelah mata mereka yang bekerja menjadi SPG. Karena tidak semua mereka yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girl* rokok adalah wanita yang bisa dipakai seperti yang masyarakat pikirkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta : Granit.
- Dariyo, A. 2004. *Psikologi Pembangunan Dewasa Muda*. Jakarta : Grasindo.
- Fuad, Anis dan Kandung, Sapto ,Nugroho. 2014. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- HM. Sonny Sumarsono, 2004, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Jember: Graha Ilmu.
- I.B Wirawan. 2015. *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenada media Group
- Koenjaraningrat. 1999. *Pengantar Antropologi 1*. Jakarta: Rineka Cipta
- Lexy J. Moeleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif* : PT.Remaja Rosda karya. Bandung.
- Poerwandari, E.K. 2007. *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: LPSP3 UL

- Rahmat, Pupu Saeful. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Equilibrium. Tahun ke-5. Nomor 9.
- Ritzer, George. 2001. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Rajawali Press
- Ratna, Retnasih. 2001. *Sales Promotion Girl Dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suparlan. Parsudi. 1985. *Kebudayaan dan Pembangunan*. Jakarta: KLH.
- Taylor, S.E, Peplau, L.N & Sears, D.O. 2012. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Prenada Media Group.
- W, Carter, David. 1999. *Strategi Marketing*. New Jersey: International Inc.
- Winardi. 1992. *Manajemen Prilaku Organisasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti Skripsi:
- Kurniawan, Megawati. 2005. *Persepsi Terhadap Profesi Sales Promotion Girl (SPG)*. Surabaya: Fakultas Psikologi. Universitas Katolik Widya Mandala.
- Lestari. 2012. *Sales Promotion Girl (SPG) di Yogyakarta*. Yogyakarta. Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Melfa, Yolanda. 2008. *Profil Sales Promotion Girl (SPG) kota Pekanbaru*. Pekanbaru. Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau.
- Muhammad Zul Fahmi. 2007. *Sales Promotion Girl (SPG) (Studi tentang stigmatisasi dan makna terhadap pekerjaan Sales Promotion Girl (SPG) Rokok di Surabaya*. Surabaya. Sosiologi. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga.
- Pratama Agus Arlianto. 2011. *Potret Kehidupan Sales Promotion Girl (SPG) Di Surabaya*. Madura. Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Trunojoyo Madura.