

# Sisi Gelap *Sales Promotion Girl*: Pengalaman *Sales Promotion Girl* di Industri Rokok

**Rizkika Awalia<sup>1</sup>,**

Student of Megister Management in University of Islam Indonesia  
[rizkika.awalia@gmail.com](mailto:rizkika.awalia@gmail.com)

**Achmad Sobirin<sup>2</sup>,**

Lecture of Megister Management in University of Islam Indonesia  
[achmad.sobirin@uii.ac.id](mailto:achmad.sobirin@uii.ac.id)

## **Abstrak**

*Penelitian ini, menggunakan pendekatan fenomenologi, mengungkap sisi gelap Sales Promotion Girl (SPG), khususnya SPG rokok dengan tujuan untuk mengidentifikasi penyebab timbulnya stigma dan kebenaran dari isu pelecehan seksual yang dialami oleh SPG rokok karena adanya “tuntutan pekerjaan”. Hasil penelitian sementara yang prosesnya masih berlangsung, menunjukkan bahwa sisi gelap kehidupan SPG rokok bermula dari pandangan hidup yang pragmatic hedonistic, dimana keinginan memenuhi kebutuhan financial secara mandiri jauh lebih menonjol dibandingkan dengan “tuntutan pekerjaan” sebagai seorang SPG. Sejak semula sebagian SPG sadar bahwa pekerjaannya, yang mengharuskan berinteraksi dengan banyak laki-laki, berisiko terhadap isu-isu negatif tentang dirinya: stigma, pelecehan seksual, dan berbagai bentuk opresi lainnya. Akan tetapi risiko tersebut cenderung diabaikan demi keuntungan financial yang dijadikan ukuran keberhasilan dalam hidup.*

**Kata kunci**— *Sales Promotion Girl, Stigma, Pelecehan Seksual, Gaya Hidup*

## **PENDAHULUAN**

Industri rokok merupakan salah satu penggerak ekonomi nasional yang keberadaannya dianggap controversial. Di satu sisi kehadirannya dianggap penting karena memiliki *multiplier effect* yang sangat luas. Sebagai contoh, Kumparan (2017) memperkirakan jumlah produksi rokok tahun 2018 sekitar 321.9 milyar batang dengan cukai yang diterima pemerintah mendekati angka 150 trilyun rupiah atau setara dengan 10% target penerimaan pemerintah tahun 2017 (Kompas.com, 20/3/2018). Sementara itu tenaga kerja yang terlibat dalam industri rokok hampir mencapai 6 juta orang (Ernst & Young, 2015). Di sisi lain, kampanye anti rokok terus digalakkan karena biaya kesehatan yang disebabkan karena rokok dianggap jauh lebih besar dibanding dengan cukai yang diterima pemerintah. Berbagai upaya sesungguhnya telah dilakukan, misalnya melalui Undang-Undang untuk menghambat pertumbuhan industri rokok, tetapi faktanya pertumbuhan industri rokok terus berlanjut.

Industri rokok merupakan salah satu industri dengan tingkat persaingan yang sangat tajam, bahkan mengarah pada tingkat yang disebut *hypercompetitive* (D’Aveni dan Gunther, 1995). Industry Update (2017) menunjukkan bahwa industri rokok nasional saat ini masih dikuasai tiga pemain besar yaitu Sampoerna, Gudang Garam dan Djarum dengan pangsa pasar 70% dari total industri. Oleh karena itu tidak mengherankan jika perusahaan rokok melakukan berbagai cara untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya. Salah satunya melalui *direct selling* yang melibatkan peran *Sales Promotion Girl* (SPG) sebagai icon untuk menarik pelanggan. SPG adalah tenaga kerja perempuan yang berperan sebagai *front liner* untuk memasarkan produk kepada pelanggan (Perreault *et al*, 2009). Agar mampu menjalankan tugasnya, seorang SPG biasanya harus memenuhi syarat-syarat tertentu, misalnya: usia 18 hingga 24 tahun, standar tinggi tertentu, berat badan ideal, terkesan cantik dan berpenampilan menarik (*good looking*).

Sementara itu, saat menjalankan tugas, SPG diharuskan memakai sepatu hak tinggi (*high heels*), ber *make up* dan mengenakan seragam seksi (rok mini yang ketat) yang sengaja didesain untuk mempertegas kesan cantik dan menarik dari seorang SPG. Yang tidak kalah penting adalah seorang SPG harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk membangun interaksi dengan pelanggan dan menguasai *product knowledge* untuk produk yang akan dipasarkan. Memenuhi syarat menjadi seorang SPG dan mengenakan atribut-atribut standar saat menjalankan tugas dapat dianggap sebagai “tuntutan pekerjaan” yang harus dipenuhi oleh seorang tenaga pemasar yang hendak mempromosikan produk-produknya. Persoalannya adalah SPG rokok berbeda dengan SPG kosmetik yang target pasarnya adalah perempuan, ataupun SPG otomotif yang target pasarnya adalah laki-laki maupun perempuan, target pasar SPG rokok umumnya adalah laki-laki. Bahkan tidak jarang seorang SPG rokok harus menjalankan promosi aktif yakni bergerak dari satu tempat ke tempat lain dimana para laki-laki biasanya berkumpul seperti: kafe, tempat hiburan, restoran dan mall.

Lingkungan seperti ini dan didukung oleh tampilan SPG rokok yang seksi seringkali menyebabkan konsumen lebih tertarik kepada SPG yang menawarkan produk rokok ketimbang rokoknya itu sendiri, mengingat perokok biasanya loyal kepada *brand* tertentu sementara SPG menawarkan *brand* lain. Atau sebaliknya, mereka yang bukan perokok seringkali acuh atau tidak peduli sama sekali terhadap kehadiran para SPG rokok. Di sisi lain, SPG harus menghasilkan jumlah penjualan tertentu jika menghendaki gajinya tidak dipotong. Situasi yang serba rumit ini menyebabkan SPG terkadang rela mendapat perlakuan tidak menyenangkan dari pelanggan, seperti pelecehan seksual. Namun semua itu hanyalah “tuntutan pekerjaan”, demikian pengakuan seorang SPG, sebut saja namanya Mirna “*habis SPG itu gajinya gede sih....yah... gimana lagi anggaphlah itu tuntutan pekerjaan*”. Pengakuan ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa tidak sedikit SPG yang sejak awal menyadari adanya risiko yang harus ditanggung terkait dengan pekerjaan yang dijalannya.

Berbagai risiko yang dihadapi oleh para SPG pada dasarnya berasal dari *culture* masyarakat Indonesia yang masih belum bisa menerima kehadiran perempuan yang berada dalam lingkungan yang didominasi oleh laki-laki, sehingga profesi sebagai SPG dianggap sebagai pekerjaan yang kurang baik dan kerap menjadi perbincangan. Sudut pandang masyarakat mengenai SPG terbentuk dari kesan awal ketika melihat atribut yang dikenakan dan *body language* yang cenderung progresif ketika menawarkan produk. Akan tetapi semua itu merupakan “tuntutan pekerjaan” yang harus dilakukan oleh tenaga pemasar, demikian pengakuan seorang SPG, sebut saja namanya Lala “*kita itu harus bisa ngerayu pelanggan seperti sedang menawarkan diri yang penting jualan laku*”. Pengakuan ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa interaksi progresif yang dilakukan semata-mata hanya untuk pencapaian target. Namun tidak menutup kemungkinan jika terdapat SPG yang mau menerima tawaran untuk melakukan *body contact* demi pencapaian financial yang lebih besar.

Paper ini, menggunakan pendekatan fenomenologi, mencoba mengungkap “sisi gelap SPG – *The Dark Side of Sales Promotion Girls*” yakni sebab dan dampak negatif yang dialami SPG serta proses terjadinya sebab akibat tersebut. Pada dasarnya paper ini merupakan hasil penelitian yang prosesnya masih berlangsung. Namun demikian hasil penelitian pendahuluan ini diharapkan dapat memberikan gambaran awal tentang sisi kehidupan SPG yang bermuara dari pandangan hidup SPG yang pragmatic hedonistic dan di sisi lain dihadapkan pada tuntutan pekerjaan yang mengharuskan SPG berinteraksi dengan banyak laki-laki, sehingga berakibat pada berbagai macam insiden menyimpang dan masyarakat pun cenderung memberi stigma kepada SPG terutama SPG rokok.

## KAJIAN TEORI

### Stigma

Dalam kehidupan sosial, stigma merupakan suatu konsep yang menghubungkan antara prasangka, *stereotype* dan *labeling* mengenai kepribadian dan perilaku individu maupun kelompok tertentu (Lukbin dan Larsen, 2013). Stigma merupakan atribut sosial yang melekat

pada suatu golongan tertentu baik individu ataupun kelompok yang diberikan oleh masyarakat karena melakukan suatu tindakan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku sehingga, mereka memiliki citra negatif dimata masyarakat (Phelan *et al*, 2008). Pada dasarnya stigma itu muncul karena adanya perspektif negatif yang diberikan masyarakat secara kolektif kepada orang-orang yang memiliki karakteristik tertentu atau termasuk dalam kategori kelompok tertentu (Herek, 2009). Menurut studi klasik Goffman 1963 terdapat tiga jenis stigma yaitu:

a. *Abominations of the body*

Stigma yang muncul terhadap orang-orang yang memiliki cacat fisik atau mengalami penyakit menular dan mematikan (Worthen, 2016)

b. *Blemishes of character*

Stigma yang berkaitan dengan *weak will*, *dishonesty* dan *treacherous beliefs* yang di identifikasikan sebagai penyakit sosial dalam masyarakat, dimana mereka dianggap sebagai kelompok penjahat atau pendosa seperti pengguna narkoba, homoseksual, pekerja seks komersial (PSK) dan penderita HIV/ AIDS (Worthen, 2016)

c. *Tribal stigma of race, nation and religion*

Stigma yang berkaitan dengan garis keturunan seperti suku, kewarganegaraan dan keyakinan seseorang, sehingga mereka terbagi dalam dua jenis kategori yaitu kelompok mayoritas dan minoritas (Worthen, 2016)

Di era globalisasi saat ini, hampir seluruh sektor industri lebih didominasi oleh perempuan. Berdasarkan hasil penelitian, secara signifikan perempuan lebih mungkin untuk mengalami stigmanisasi daripada laki-laki karena adanya perbedaan bentuk fisik antara laki-laki dan perempuan, sehingga perempuan kerap menerima ejekan dan pelecehan seksual (Paxton, 2005). Hasil penelitian selanjutnya mengungkapkan bahwa, stigma yang muncul terhadap perempuan dalam satu kelompok tertentu dipengaruhi oleh persepsi negatif karena adanya *stereotype* yang tidak realistis tanpa adanya pemahaman yang subjektif (Camp *et al*, 2002). Perlu diketahui bahwa stigma terletak pada ranah persepsi dalam menilai sikap dan perilaku seseorang yang memiliki atribut negatif karena ada *judgment* terhadap seseorang atau kelompok tertentu tanpa adanya bukti fisik.

### **Pelecehan Seksual**

Pelecehan seksual (*sexual harassment*) merupakan tindakan yang mengarah pada tindakan pelecehan baik secara psikologis maupun fisik. Tindakan yang terindikasi ke dalam pelecehan seksual cukup luas yaitu meliputi: main mata, siulan nakal, komentar berkonotasi seks atau gender, humor porno, cubitan, colekan, tepukan atau sentuhan di bagian tubuh tertentu, gerakan atau isyarat yang bersifat seksual, ajakan berkencan dengan iming-iming atau ancaman, ajakan melakukan hubungan seksual hingga perkosaan (Bohlander dan Snell, 2013). Menurut Aquinas (2007) pelecehan seksual digolongkan menjadi beberapa bentuk yaitu:

a. *Verbal sexual harassment*

Merupakan bentuk pelecehan seksual yang mengarah pada keinginan untuk melakukan tindakan seksual secara fisik yang dilontarkan melalui kata-kata berupa ajakan, sindiran maupun ancaman yang menggambarkan orientasi seksual

b. *Physical sexual harassment*

Merupakan bentuk pelecehan seksual dalam bentuk fisik seperti: menyentuh bagian tubuh yang tidak diinginkan, mencubit, berdiri atau duduk terlalu dekat dengan tujuan mendekatkan diri dengan tubuh seseorang, mencium, memeluk, dan membelai.

c. *Non-verbal sexual harassment*

Merupakan bentuk pelecehan seksual dalam bentuk isyarat seperti: gerakan cabul, bersiul, menampilkan gambar yang berbau pornografi, email atau teks yang bersifat seksual.

Pelecehan seksual bisa terjadi kepada siapa saja, baik perempuan maupun laki-laki, namun tingkat pelecehan seksual lebih tinggi dialami oleh perempuan. Sebagai contoh, Lestari (2012) mengungkapkan bahwa, para SPG rokok seringkali mengalami eksploitasi fisik berupa pelecehan seksual baik verbal maupun non-verbal, seperti dimintai nomor HP dan dicolek. Risiko pelecehan seksual terhadap SPG terjadi karena profesi ini dinilai hanya mengandalkan modal fisik dengan mengenakan pakaian mini untuk menarik pelanggan yang umumnya adalah laki-laki.

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup adalah hal yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mengenai bagaimana seseorang membelanjakan uangnya demi sesuatu yang dianggap dapat menciptakan rasa kepercayaan diri yang tinggi (Evans dan Jackson, 2007). Saat ini gaya hidup sudah menjadi salah satu fenomena yang dapat mempengaruhi pola perilaku seseorang yang mungkin terbentuk karena adanya gaya hidup yang berlebihan, salah satunya adalah perilaku menyimpang (Hossain, 2014). Hal itu dikarenakan gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang dalam bertindak laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu yang sangat berkaitan dengan *image* dan status sosial seseorang maupun kelompok di dalam masyarakat (Kotler dan Armstrong, 2008)

Jika dilihat dari perkembangan zaman saat ini, gaya hidup sudah menjadi tahap terpenting untuk memanipulasi identitas sosial, maka dari itu gaya hidup selalu mengalami perubahan secara konstan untuk mempercantik tampilan luar (fisikly). Pada hakikatnya, perkembangan gaya hidup saat ini tidak terlepas dari modernisme, sehingga gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih hedonis, sekuler dan individualis yang lebih menekankan pada budaya barat. Berdasarkan hasil penelitian perempuan cenderung bersifat hedonis dibandingkan dengan laki-laki (Sultana, 2014). Gaya hidup yang hedonis membuat perempuan lebih berani untuk mengeksplor bentuk fisik agar terlihat menarik demi menciptakan nilai tambah tersendiri (Baron *et al*, 2006)

Menurut hasil penelitian, gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh sikap, pengalaman, konsep diri, kelas sosial, keluarga, kebudayaan dan kepribadian orang itu sendiri untuk mendapat kesenangan secara instan yang lebih cenderung mengutamakan penampilan fisik daripada *knowledge* terutama kaum perempuan (Praja dan Damayantie, 2010). Kondisi tersebut ternyata dapat mempengaruhi terjadinya tindakan pelecehan seksual yang dilakukan oleh laki-laki terhadap perempuan karena adanya rasa ketertarikan terhadap tampilan fisik yang ditonjolkan, sehingga mereka melakukan penilaian terhadap perempuan berdasarkan penampilan tubuh dan fungsi seksual (Szymanski *et al*, 2011).

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif fenomenologi. Fenomenologi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena berdasarkan interaksi sosial yang pernah dialami dan mengetahui bagaimana cara individu tersebut memaknainya (Smith *et al*, 2009). Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memahami fenomena tertentu berdasarkan pengalaman seseorang seperti, perilaku dan persepsi yang dilakukan secara holistik (Creswell, 2003). Dalam penelitian fenomenologis peneliti harus bisa melihat fenomena berdasarkan sudut pandang narasumber, karena pendekatan ini menggunakan teknik persuasif untuk mendekati objek penelitian secara konstruktif tanpa menyertakan prasangka pribadi maupun pengalaman pribadi (Moustakas, 1994).

Melalui pendekatan fenomenologi, akan dilakukan investigasi untuk mengungkap sisi gelap SPG rokok yang bermuara dari pandangan hidup SPG yang pragmatic hedonistic untuk mengidentifikasi penyebab timbulnya stigma dan kebenaran dari isu pelecehan seksual yang pernah dialami oleh SPG rokok karena adanya “tuntutan pekerjaan” yang mengharuskan SPG berinteraksi dengan banyak laki-laki yang dilihat dari respon para SPG ketika terjadinya *harassment*. Maka dari itu, situasi yang terjadi harus diamati dan dipelajari dari historikal pengalaman yang pernah dialami oleh SPG yang bersangkutan apakah pelecehan seksual yang dialami terjadi karena *accident* atau *intention*.

### **Narasumber Penelitian**

Narasumber dalam penelitian ini adalah seluruh *sales promotin girl* (SPG) rokok dari berbagai *brand* tanpa terkecuali dengan kriteria sebagai berikut:

- a. SPG rokok yang pernah mengalami pelecehan seksual baik karena *accident* atau *intention*.
- b. Narasumber utama lebih difokuskan pada SPG rokok yang sudah terikat kontrak kerja minimal 1 tahun.
- c. Triangulasi sumber dilakukan terhadap pelanggan dari semua kalangan umur baik muda maupun tua dengan tingkatan usia 18-50 tahun untuk mengetahui respon mereka terhadap SPG rokok

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi Partisipan**

Kegiatan dimana peneliti diajak untuk masuk dalam kehidupan narasumber. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat menjalin hubungan yang didasarkan atas rasa kepercayaan sehingga terjadi pertukaran informasi yang bebas dan terbuka tanpa ada hal yang perlu ditutupi (Given, 2008)

#### **b. Wawancara Mendalam**

Jenis wawancara dimana peneliti harus menggali informasi lebih dalam mengenai topik yang diteliti melalui narasumber yang bersangkutan, sehingga informasi yang diperoleh dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan (Given, 2008)

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan sumber data yang diperoleh peneliti selama di lapangan. Data tersebut akan digunakan sebagai bukti pengujian keabsahan data yang digunakan untuk keperluan penelitian (Moleong, 2007)

#### **d. Triangulasi Sumber**

Teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari narasumber yang berbeda untuk membandingkan informasi yang sudah diperoleh sebelumnya untuk menguji kredibilitas data (Moleong, 2007)

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan model analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1994) yaitu:

#### **a. Analisis Sebelum Lapangan**

Merupakan analisis data melalui hasil penelitian terdahulu, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun fokus penelitian tersebut masih bersifat sementara, karena data sekunder yang didapat belum tentu sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan

#### **b. Analisis Selama di Lapangan**

Analisis data yang dilakukan selama proses pengumpulan data berlangsung sampai pengumpulan data selesai dilakukan. Jika data yang didapat belum memenuhi tujuan, maka peneliti dapat melakukan wawancara lebih dalam terhadap narasumber.

**c. Analisis Setelah Penelitian**

Analisis data yang dilakukan setelah semua data terkumpul dengan menggunakan metode Miles dan Huberman. Adapun teknik analisis data setelah penelitian dilakukan melalui beberapa tahap yaitu:

1. *Data Condensation/ Reduction*

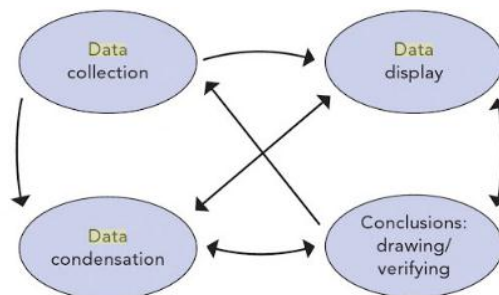
Kondensasi atau reduksi data merupakan proses untuk memilah, merangkum, dan mentransformasi data sementara yang telah diperoleh di lapangan (Miles dan Huberman, 1994)

2. *Data Display*

Merupakan kumpulan informasi atau data yang disajikan dalam bentuk uraian deskriptif maupun dalam bentuk bagan yang menunjukkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain (Miles dan Huberman, 1994)

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi, dimana kesimpulan yang diambil berasal dari hasil penelitian selama di lapangan, sehingga hasil analisis yang dilakukan dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal (Miles dan Huberman, 1994)



**Gambar 3.2 Komponen Analisis Data**

Sumber: Miles dan Huberman (1994)

**DISKUSI HASIL**

Pada dasarnya SPG merupakan profesi yang diperuntukkan bagi para perempuan *single* bukan untuk para istri yang sedang mencari pekerjaan untuk membantu suami atau *single mom* yang sedang memenuhi kebutuhan sang anak. Rata-rata usia SPG bisa dikatakan belia, dengan kisaran umur 17-25 tahun (Kompasiana, 2015). Saat menjalankan tugas SPG memiliki atribut yang harus dikenakan seperti: sepatu hak tinggi (*high heels*), *make up* dan seragam seksi (rok mini yang ketat) yang sengaja didesain untuk mempertegas kesan cantik dan menarik dari seorang SPG. Perlu diketahui, keputusan untuk menjadi SPG bermuara dari pandangan hidup pragmatic hedonistic demi memperoleh financial untuk memenuhi gaya hidup bukan kebutuhan hidup. Hal itu terjadi karena gaya hidup merupakan *frame of reference* untuk mengangkat status sosial. Menurut pengakuan seorang SPG:

*“Jadi SPG itu duitnya banyak....sebulan bisa di atas 2juta bahkan di atas 5juta. Lebih menjanjikan daripada kerja di Bank atau jadi PNS” (Narasumber I, 8/11/17, 17:37)*

Pengakuan SPG di atas secara tidak langsung menggambarkan bahwa SPG merupakan salah satu pekerjaan yang instan untuk memperoleh pendapatan tinggi. Maka tidak heran, jika banyak dari SPG yang mengabaikan *background* pendidikan yang dimiliki. Perlu diketahui bahwa SPG rokok harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk berinteraksi dengan banyak laki-laki. Akan tetapi interaksi yang cenderung progresif ketika menawarkan produk

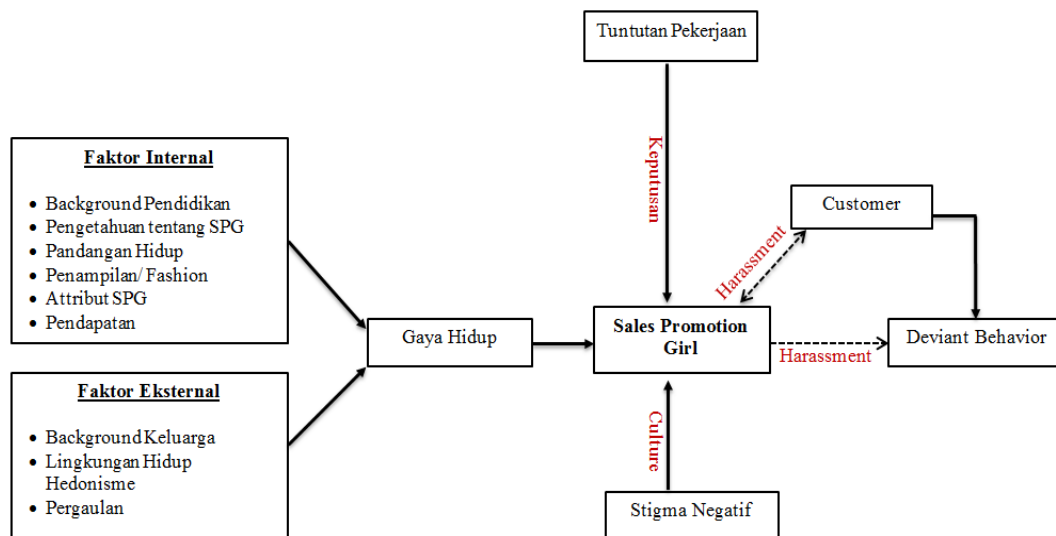
seringkali disalah artikan oleh pelanggan sebagai sebuah bentuk rayuan yang membuat SPG mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan dari pelanggan baik verbal maupun non-verbal berdasarkan pengakuan seorang SPG yang menyatakan:

*“Pelanggan iseng gitu mah sering. Biasanya mereka minta nomor handphone terus kadang lagi jalan gitu ada yang tiba-tiba memegang tangan, kadang nyolek pinggul bahkan kadang pantat. Tapi ya mau lagi..kita gak bisa marah karena kita dituntut untuk tetap ramah sama pelanggan”* (Narasumber III, 13/01/18, 22:10)

Adanya tindakan pelecehan yang dilakukan pelanggan terhadap SPG, terutama SPG rokok disebabkan karena stigma yang melat sebagai sebuah risiko dari pekerjaan yang dijalankan. Fenomena mengenai sisi gelap kehidupan SPG masih bersifat kontradiksi dan kontroversial dikalangan masyarakat. Kebanyakan dari kita tidak mengetahui secara jelas mengenai “tuntutan pekerjaan” seorang SPG, terutama SPG rokok. Kebiasaan para SPG yang sering pulang larut malam bahkan dini hari masih belum bisa diterima oleh masyarakat, sehingga menyebabkan timbulnya stigma, dimana SPG dianggap sebagai seorang perempuan malam atau perempuan panggilan yang sering menjadi bahan perbincangan. Namun tidak sedikit dari para SPG yang bertindak acuh atau mengabaikan gosip-gosip miring yang ada.

*“Kakak sih masa bodok dek sama kata orang, yang ngejalanin ini kan kita, jadi ya terserah saja mau comment apa. Namanya kita terjun di dunia entertain ya itu sudah jadi risiko”*(Narasumber I, 8/11/17, 17:37)

Keterangan tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa tidak sedikit dari SPG yang sudah menyadari mengenai risiko yang harus ditanggung ketika mereka memutuskan untuk menjadi seorang SPG.



Sebagai tenaga kerja *freelance* yang berasal dari vendor, SPG memiliki kontrak kerja lebih kurang selama 3-4 bulan. Namun meskipun demikian, SPG memiliki tanggung jawab terhadap perusahaan rokok untuk mencapai target penjualan minimal harian sekitar 40-50 bungkus perhari. Hal itu menunjukkan bahwa SPG tidak hanya bertugas untuk mempromosikan produk, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dipasarkan laku terjual. Tingginya jumlah target yang ditetapkan berdampak pada penyimpangan perilaku, hanya demi memenuhi target penjualan. Sebagai contoh, seorang SPG menuturkan bahwa:

*“Untuk mencapai target kadang kita suka keep barang. Ya...mana mungkin kita mampu jualan sebanyak itu setiap harinya. Apalagi sekarang merek rokok itu udah banyak banget”* (Narasumber II, 23/12/17, 20: 58)

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa penyimpangan perilaku yang dilakukan berawal untuk memenuhi “tuntutan pekerjaan” yang disebabkan oleh loyalitas pelanggan terhadap brand rokok tertentu. Namun pada akhirnya penyimpangan tersebut berlanjut demi keuntungan financial dengan menerima tawaran pelanggan untuk melakukan *body contact* karena adanya gaya hidup hedonistic. Berdasarkan hasil penelitian yang prosesnya masih berjalan hingga saat ini, fenomena mengenai sisi gelap kehidupan SPG itu memang benar adanya, meskipun tidak semua SPG melakukannya. Disatu sisi ada SPG yang benar-benar *pure* kerja dan disatu sisi lagi terdapat SPG yang berperilaku tidak jauh berbeda dengan perempuan malam yang dapat dibooking untuk memenuhi gaya hidup, sehingga SPG yang bersangkutan mau menerima tawaran pelanggan untuk melakukan *body contact* demi memperoleh keuntungan financial yang lebih besar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil investigasi awal dapat disimpulkan bahwa, tidak sedikit dari para SPG sudah menyadari adanya risiko yang harus ditanggung: *stigma, pelecehan seksual, dan berbagai bentuk opresi lainnya*. Risiko tersebut didapatkan karena SPG memiliki “tuntutan pekerjaan” untuk berinteraksi dengan banyak laki-laki. Perlu diketahui bahwa stigma yang melekat pada SPG terutama SPG rokok disebabkan karena masyarakat belum bisa menerima dan mentolerir kebiasaan para SPG yang sering pulang larut malam bahkan dini hari yang menyebabkan SPG dianggap sebagai seorang perempuan malam atau perempuan panggilan. Akan tetapi keberadaan SPG yang demikian memang benar adanya. Sisi gelap SPG didasari oleh pandangan hidup yang pragmatic hedonistic untuk memperoleh keuntungan financial yang lebih besar sebagai tolak ukur keberhasilan hidup.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aquinas, P. G. (2007). *Organizational Behaviour*. Excel Books: New Delhi.
- Baron, R.A; Byrne, D.E; Branscombe, N.R (2006). *Social Psychology*, 11<sup>th</sup> edition. Pearson/ Allyn & Bacon: New York
- Bohlander, G; Snell, S. (2013). *Managing Human Resources*, Edition 16e. South Western: Amarika Serikat.
- Camp, D.L; Finlay, W.M; Lyons, E. (2002). Is Low Self Esteem an Inevitable Consequence of Stigma? An Example from Women with Chronic Mental Health Problems. *Social Science and Medicine*, 55 (5): pp 823-834. Diunduh dari <https://www.researchgate.net>. Pada 1 Februari 2018
- Creswell, W.J. (2010). *Research Design; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- D’Aveni, R.A; Gunther, R.E. (1995). *Hypercompetitive Rivalries: Competing in Highly Dynamic*. Free Press: New York.
- Evans, D; Jackson, T. (2007). Towards a Sociology of Sustainable Lifestyle. *Economic & Social Research Council*. Resolve Working Paper. ISSN 1755-7259.
- Ernst & Young. (2015). *Kajian Singkat Potensi Dampak Ekonomi Industri Rokok di Indonesia*. Ernst & Young Indonesia
- Given, L.M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Volume 1. Sage Publications, Inc: Unites States of America.
- Herek, G.M. (2009). *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. Psychology Press: New York.
- Hossain, Z.Md. (2014). Deviant Behavior: A Study of Causes. *NU Journal of Humanities, Social Sciences & Business Studies*, Vol. 1, No. 1: pp 119 -134. Diunduh dari <https://www.semanticscholar.org>. Pada 1 Februari 2018
- Industry Update, Vol 5. (2017). *Industry Rokok*. Office of Chief Economist.
- Kompas.com 20 Maret 2018. *Penerimaan Cukai Tembakau Terus Meningkat*. Kompas News. Diunduh dari <https://nasional.kompas.com>. Pada 30 April 2018.



- Kompasiana. 26 Juni (2015). *A Story About a Sales Promotion Girl*. Kompasiana Beyond Blogging. Diunduh dari [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com). Pada 7 April 2018
- Kotler, P; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kumparan. Senin, 23 Oktober (2017). *Rokok Dibenahi Cukai Dinanti*. Kumparan News. Diunduh dari <https://kumparan.com>. Pada 17 Maret 2018.
- Lestari, N.F. (2012). Eksploitasi pada Perempuan *Sales promotion girls*. *Komunitas*, Vol. 4 (2): pp 139-147. Diunduh dari <https://journal.unnes.ac.id>. Pada 3 Februari 2018.
- Lukbin, I.M; Larsen, P.D. (2013). *Chronic Illness Impact and Intervention*, 8<sup>th</sup> edition. Jones & Bartlett Learning: United States of America.
- Miles, M.B; Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd Edition. Sage Publications: London, New Delhi
- Moleong, L.J. (2007). *Metode Pendidikan Kualitatif*. Rosda: Bandung
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Sage Publications, Inc: New Delhi
- Paxton, S. (2005). AIDS-related Discrimination in Asia. *AIDS Care*, Vol 17(4): pp 413-424. Diunduh dari [www.ncbi.nlm.nih.gov](http://www.ncbi.nlm.nih.gov). Pada 8 April 2018
- Perreault, W; Cannon, J; McCarthy, E.J. 2009. *Essentials of Marketing*. McGraw-Hill Companies: New York.
- Phelan, J; Link, B. G; Dovidio, J. F. (2008). Stigma and Prejudice: one animal or two. *Social Science & Medicine*, Vol. 67: pp 358–367.
- Praja, D.D; Damayantie, A. (2010). Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Sosiologi*, Vol. 1 No. 3: pp 184-193.
- Smith, J.A; Flowers, Paul; Larkin, Michael. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. Sage: Los Angeles
- Sultana, S.E. (2014). Impacts of Internal Stigma among the People Living with HIV/AIDS in Bangladesh: An Empirical Account. *Asian Social Science*; Vol. 10, No. 19: pp 180-190. Diunduh dari <https://pdfs.semanticscholar.org>. Pada 8 April 2018.
- Szymanski, D.M; Moffitt, L.B; Carr, E.R. (2011). Sexual Objectification of Woman: Advances to Theory and Research. *SAGR Journals, The Counseling Psychologist*, Vol.39, Issue 1: pp 6-38. Diunduh dari [www.journals.sagepub.com](http://www.journals.sagepub.com). Pada 19 Februari 2018.
- Worthen, Meredith G.F. (2016). *Sexual Deviance and Society A Sociological Examination*. Routledge: New York