

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu tempat yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat dan menjadi ladang bisnis yang sangat menguntungkan bagi para kaum pemilik modal guna meraih untung sebanyak-banyaknya. Salah satunya yaitu Mall, adanya mall ini dapat membantu masyarakat guna memenuhi kebutuhan berbelanja atau pun mencari hiburan tertentu yang biasanya tersedia di beberapa mall.

Mall di era modern ini tidak hanya ada di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya dan kota besar lainnya, melainkan terdapat juga di kepulauan seperti Madura dan khususnya Kota Bangkalan. Kota yaitu sebuah pemukiman yang penduduknya relatif besar, padat, permanen dan dihuni oleh orang yang heterogen (Saebani, 2015:38). Di Kota Bangkalan sendiri perizinannya bisa dibilang sulit untuk membangun suatu infrastruktur. Dengan dibangunnya Tom & Jerry Plaza yang secara resmi dibuka pada bulan Maret tahun 2015 menjadi pusat perbelanjaan kedua terbesar di Kota Bangkalan setelah adanya Bangkalan Plaza.

Seperti Mall pada umumnya Tom & Jerry Plaza ini terdiri dari beberapa departemen store yang menjual berbagai produk yang dibutuhkan oleh konsumen setiap harinya salah satunya Tom & Jerry Swalayan yang menjual kebutuhan sehari-hari mulai dari makanan, kebutuhan rumah tangga dan lainnya. Untuk menarik para pelanggan serta menarik para konsumen biasanya departemen store yang besar mempekerjakan SPG (Sales Promotion Girls), yaitu para wanita cantik yang membantu para konsumen untuk memilih produk yang tepat dalam berbelanja pekerjaan menjadi seorang SPG ini biasanya dilakukan oleh para wanita yang berusia mulai dari 20 hingga 30 tahun.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Sales Promotion Girl (SPG) merupakan pekerja-pekerja wanita yang memiliki fisik dan kecantikan di atas rata-rata yang bertugas memperkenalkan suatu produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Mereka merupakan tangan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan konsumen. SPG diibaratkan sebagai ujung tombak karena memang merekalah yang akan pertama kali melakukan kontak langsung dengan calon pelanggan (Agow, 2016:3). Namun, istilah SPG 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 (Unsa & Mujab, 2018:5).

Adapun kriteria umum dalam perekrutan untuk menjadi sales promotion girls, yaitu diantaranya: minimum umur 17 tahun, tinggi badan minimum 160 cm, pendidikan terakhir minimum sederajat SMU, berat badan maksimal 56 kg, berpenampilan menarik, berpengalaman sebagai SPG atau punya minat belajar untuk menjadi SPG, mampu berkomunikasi dengan baik, berkepribadian ramah, rajin, ulet, cekatan, inisiatif, rapi dalam berpakaian ataupun penampilan, mau bekerja keras dan bersedia ditempatkan di store/stand sesuai kebutuhan perusahaan (Nawang & Tantri, 2014:14-15). Namun, tidak semua perusahaan memiliki kriteria yang sama untuk merekrut sales promotion girls tergantung dari kebutuhan perusahaan itu sendiri misalnya saja mall-mall yang terdapat di Jawa Barat mau menerima pramuniaga perempuan dengan tinggi badan minimal 155 cm (namun ada juga yang minimum tinggi badan 158 cm) dan berat badan proporsional (dan juga yang mau ukuran badannya “L”, kalau lebih tidak diterima) agar sesuai dengan ukuran dari kantor, dalam penjualan produknya (produk parfum, pakaian anak-anak, pakaian kantor) dikarenakan perempuan dapat lebih mengakomodasi pertanyaan serta kenyamanan konsumen dalam bertanya terkait produk serta ada stereotipe dari pihak perusahaan jika menggunakan pakaian yang ketat dan mini sebagaimana yang disyaratkan dalam seragam akan meningkatkan penjualan produk perusahaan (Hardjaloka, 2013:140).

Sales Promototion Girl (SPG) dibagi menjadi tiga yaitu Sales Promotion Girl (SPG) reguler yang bekerja di pusat perbelanjaan. Sales Promotion Girl (SPG) reguler bekerja selama enam hari dan libur satu hari. Lokasi tempat kerja sudah ditentukan oleh perusahaan dan sudah menetap. Sales Promotion Girl (SPG) event reguler bekerja setiap hari menetap atau tidak menetap. Sistem gaji pada Sales Promotion Girl (SPG) event reguler terdapat dua cara yaitu setiap sebulan sekali atau setiap event tersebut selesai. Sales Promotion girl (SPG) event bekerja ditempat perbelanjaan, pasar, sekolah, kampus dan taman. Lokasi tempat kerja Sales Promotion Girl (SPG) event berpindah-pindah atau tetap tergantung dari permintaan perusahaan. Sales Promotion Girl (SPG) event tidak bekerja setiap harinya bekerja pada saat acara tertentu. Pemberian gaji Sales Promotion Girl (SPG) event diberikan setelah event selesai (Pratama, 2015:6-7).

Menjadi SPG ini dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik, berpenampilan menarik secara fisik, serta yang tak kalah penting yakni menggunakan make up yang tebal juga berlaku hampir disemua Mall termasuk di Tom & Jerry Swalayan. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu SPG di Tom & Jerry Swalayan, jika ia menggunakan make up yang kurang tebal maka akan ditegur serta mendapat peringatan dari atasannya. Hal itu yang membuat ia harus terbiasa dengan make up tebal serta dari situlah ia bertekad untuk belajar menggunakan make up pada teman-teman yang seprofesi dengannya. Dari sinilah seorang SPG dituntut untuk selalu tampil sempurna saat ditempat kerja. Dapat dilihat dari hal tersebut bahwa menggunakan make up tebal menjadi tuntutan wajib bagi para SPG saat ditempat kerjanya.

Dengan adanya tuntutan tersebut sehingga berdampak pada gaya hidup para SPG ini yang diharuskan mengkonsumsi lebih banyak kosmetik dibandingkan wanita biasa, serta meluangkan waktu untuk belajar menggunakan make up yang benar agar menyempurnakan penampilannya ditempat kerja supaya tidak tegur oleh atasan karena tidak mematuhi peraturan dalam lingkungan kerja. Tuntutan untuk tampil sempurna tidak dapat dihindari serta menjadi suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para SPG ini.

Berbagai tuntutan tersebut terkadang memberatkan bagi sebagian wanita dikarenakan karakter dan kebiasaan setiap wanita berbeda-beda, ada sebagian wanita yang tidak suka dengan make up sehingga ia tidak bisa dan tidak suka memakai make up. tak hanya itu, tuntutan dalam berpakaian juga membuat sebagian wanita risih karena harus melepas jilbabnya pada saat bekerja seperti yang terjadi di Tom & Jerry Swalayan biasanya para SPG yang tiap harinya selalu memakai jilbab, berangkat dari rumah mereka berjilbab tetapi setelah mereka ditempat kerja jilbabnya dilepas dan berpakaian yang harus sesuai seragam setelah selesai kerja mereka memakai lagi jilbab mereka, terkadang hal ini membuat para SPG tersebut tidak nyaman karena harus bongkar pasang jilbab. Menurut Lahede dalam Yolanda (2013), dengan dandanan seksi, rok pendek, plus atasan dengan belahan dada sedikit terbuka, tak ayal belahan dada pun menjadi tontonan gratis. Melihat performance seorang SPG membuat perempuan dihadapkan pada situasi kerja yang tak aman. Sikap calon konsumen terkadang kurang sopan, misalkan berupa siulan, komentar, bisikan atau gambar memegang, menyentuh atau meraba bagian-bagian tubuh tertentu yang mengarah pada pelecehan. Hal ini terkadang membuat para SPG mengalami konflik personal (Lolyna, 2016:3). namun, tuntutan itu harus tetap dipatuhi oleh mereka sebagai loyalitas terhadap perusahaan tempat mereka bekerja.

Dengan demikian, para SPG tersebut harus bersandiwara pada saat melakukan pekerjaannya, dikarenakan mereka tidak dapat menjadi dirinya sendiri. Jadi, mau tidak mau mereka harus beradaptasi dengan baik terhadap segala tuntutan pekerjaannya sebagai SPG. Hal ini mereka lakukan semata-mata untuk mencari penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mengingat para SPG tersebut berasal dari kalangan wanita muda masa kini yang tentunya membutuhkan penghasilan lebih. Selain itu, kebutuhan perekonomian dalam keluarga juga menjadi faktor pendorong bagi mereka untuk melakukan pekerjaan sebagai SPG ini.

Selain itu, para SPG tersebut sebagian tidak sepenuhnya bekerja sebagai Sales Promotion Girl saja, ada yang memiliki pekerjaan lainnya dan ada juga yang masih menjadi mahasiswa di sebuah perguruan tinggi baik swasta maupun negeri terlebih lagi bagi para SPG yang sudah berumah tangga. Mereka harus berperan ganda setiap harinya, dalam menjalankan peran mereka. Hal ini tentu saja membuat para SPG ini harus pandai-pandai menyesuaikan diri dengan lingkungan mereka yang sudah pasti berbeda. Terutama sebagai mahasiswa yang harus membagi waktu antara bekerja dan saat kuliah, mereka harus memprioritaskan salah satunya.

Hal tersebut membuat seorang SPG berakting seperti aktor dalam sebuah drama. Mereka harus bisa beradaptasi di semua lingkungan baik saat bekerja, di rumah, lingkungan kampus bagi yang menjadi mahasiswa dan saat bergaul dengan teman-temannya. Sama seperti pertunjukan drama di atas panggung dan film di layar lebar yang kehidupannya penuh dengan sandiwara di setiap harinya.

Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana dramaturgi para SPG tersebut, khususnya para SPG yang bekerja di Tom & Jerry Swalayan. Dimana, seorang Sales Promotion Girl harus berakting layaknya seorang aktor dalam menjalani pekerjaannya serta berusaha beradaptasi dengan keadaan meskipun hal itu mungkin saja bertentangan dengan kepribadiannya. Hal inilah yang dirasa menarik oleh penulis sehingga perlu untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini yaitu Bagaimana dramaturgi para SPG di Tom & Jerry Swalayan?

1.3 Tujuan

Sehubungan dengan permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah

Untuk mengetahui dramaturgi kehidupan para SPG selama mereka bekerja, yang harus selalu menaati tuntutan sebagai SPG di Tom & Jerry Swalayan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian yang dilakukan dapat mengembangkan bidang dalam ilmu sosiologi. Terlebih dalam penelitian yang dilakukan mengenai Pramuniaga Cantik (Dramaturgi Kehidupan Sales Promotion Girl di Tom & Jerry Swalayan).

2. Manfaat Praktis

Untuk memberikan referensi dan pengetahuan kepada pembaca tentang Pramuniaga Cantik (Dramaturgi Kehidupan Sales Promotion Girl di Tom & Jerry Swalayan).