



EKSPLOITASI PADA PEREMPUAN SALES PROMOTION GIRLS

Nur Afta Lestari ✉

SMA Kridha

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Juni 2012
Disetujui Juli 2012
Dipublikasikan September 2012

Keywords:
Exploitation;
Sales promotion girl;
Women.

Abstrak

Terjadi perubahan posisi perempuan yang semula hanya berada di sektor domestik, kini beralih ke sektor publik. Kondisi di perkotaan yang relatif lebih heterogen membuka peluang perempuan untuk bekerja di berbagai bidang, salah satunya adalah *sales promotion girls (SPG)*. Dalam penelitian ini, penulis mengeksplorasi bagaimana profil SPG dan eksploitasi yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam pengambilan datanya. Penampilan cantik dan menarik menjadi modal utama dalam pekerjaan ini. *Sales Promotion Girls* pada industri rokok dan minuman berumur sekitar 21-30 tahun dengan jam kerja sekitar 5-7 jam perhari. Alasan bekerja di bidang ini adalah bahwa bidang ini merupakan pekerjaan ringan dan tidak memerlukan pendidikan yang tinggi, walaupun di sisi lain mereka hanya mendapatkan upah yang rendah. Perempuan dalam pekerjaan ini seringkali mengalami eksploitasi fisik berupa pelecehan seksual dan eksploitasi ekonomi berupa waktu kerja yang sampai malam hari dan tidak terpenuhinya hak-hak pekerja perempuan seperti faktor keselamatan dan hak untuk cuti. Dengan kondisi seperti ini, maka perlindungan terhadap perempuan bekerja pada umumnya dan *sales promotion girls* pada khususnya menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Abstract

A change in economic condition in Indonesia brings about a change of woman position, from formerly domestic sector to recently public sector. Urban areas that is relatively more heterogeneous than rural ones open opportunities for women to work in various fields, one of which is sales promotion girls (SPG). In this study, the author seeks to explore the SPG profile and the exploitation they experienced. The method used in this study are qualitative approach, with observation, interviews, and documentation. The research uncovered the following facts. Beautiful and attractive appearance becomes a priority in this work. Sales promotion girls on cigarettes and beverage industry are about 21-30 years old with working hours of about 5-7 hours per day. The reason for choosing this job is that it is an easy job and does not require higher education, although the wages is low. Women in these jobs often experience physical and sexual exploitation, also economic exploitation of labor. They have to work until very late, and they do not have the rights of women workers such as safety and the right to have time off. Considering these conditions, the protection of working women in general and sales promotion girls in particular become very important thing that must be considered.

© 2012 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:
Jl. Sumur Umum Doplang, Blora, Jawa Tengah, Indonesia, 54423
E-mail: nur_afta@yahoo.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini terjadi perubahan paradigma pada perempuan menyangkut peran yang disandangnya dalam masyarakat. Perempuan kini tidak lagi memegang peran tunggal, namun mengembangkan peran ganda. Hal ini terjadi karena perubahan peran perempuan yang semula hanya bekerja di sektor domestik mulai merambah juga ke sektor publik sehingga menyebabkan perubahan struktur sosial yang memberi bentuk baru pada peranan perempuan dalam keluarga dan masyarakat. Pekerjaan perempuan di sektor publik pun tersedia dalam berbagai bidang.

Walaupun demikian sebagian besar profesi yang tersedia untuk perempuan masih berkisar pada pekerjaan yang kurang memiliki prestise dan tuntutan ketrampilan khusus. Pekerjaan perempuan sebagai *Sales Promotion Girls* rokok dan minuman merupakan salah satu contoh. Profesi ini lekat dengan kesan hanya mengandalkan modal fisik semata. Dengan alasan tuntutan pekerjaan, tidak jarang mereka terpaksa harus menampilkan diri dengan pakaian minim dan dandanan menor untuk menarik banyak pembeli dari pangsa pasar yang sebagian besar berjenis kelamin laki-laki. Pekerjaan dan penampilan mereka tidak jarang mengundang resiko pelecehan. Kondisi ini diperburuk dengan tidak adanya sistem perundang-undangan yang melindungi pekerja dalam sektor informal, termasuk di dalamnya adalah perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls*. Menurut Syamsudin, wanita memang diciptakan indah, cantik dan mempesona. Kesempatan ini tidak dilepaskan oleh kaum kapitalis bagi pengembangan usaha mereka. Wanita dan dunia usaha/ bisnis adalah dua hal yang sulit dipisahkan. Hampir bisa dipastikan di setiap bidang bisnis: film, sinetron, televisi, radio, iklan, perdagangan, dll. selalu melibatkan wanita didalamnya. Selain itu, kaum kapitalis sebenarnya memegang posisi kunci dalam setiap bisnis yang banyak melibatkan kaum wanita tersebut (2006: 2).

Dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana profil perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S; dan bagaimana bentuk eksploitasi yang dialami

Sales Promotion Girls rokok S dan minuman S?

Keterlibatan perempuan dalam perekonomian ternyata tidak menyelesaikan masalah yang selama ini menghimpit perempuan. Masalah lain muncul ketika perempuan memutuskan untuk bekerja di luar rumah. Conyers (2000) menyatakan bahwa kaum perempuan hampir selalu mengalami diskriminasi dalam hal perolehan imbalan, peningkatan kelas pekerjaan dan dalam keamanan kerja.

Fakih (1999:12-23) mengemukakan ketidakadilan gender yang termanifestasikan dalam pelbagai bentuk ketidakadilan. Pertama yakni marginalisasi atau proses pemiskinan ekonomi. Proses marginalisasi yang mengakibatkan kemiskinan sesungguhnya banyak sekali terjadi dalam masyarakat dan negara yang menimpa kaum laki-laki dan perempuan, misalnya penggusuran, bencana alam atau proses eksploitasi. Namun ada salah satu bentuk pemiskinan atas satu jenis kelamin tertentu, dalam hal ini wanita disebabkan oleh gender. Dari segi sumbernya bisa berasal dari kebijakan pemerintah, keyakinan, tafsiran agama, keyakinan tradisi dan kebiasaan atau bahkan asumsi pengetahuan. Marginalisasi wanita tidak saja terjadi di tempat pekerjaan, namun juga terjadi dalam rumah tangga, masyarakat atau kultur, bahkan negara. Subordinasi atau anggapan tidak penting dalam keputusan politik, yaitu pandangan gender ternyata bisa menimbulkan subordinasi terhadap wanita. Anggapan bahwa wanita itu irasional atau emosional sehingga wanita tidak bisa tampil memimpin, berakibat munculnya sikap yang menempatkan wanita pada posisi yang tidak penting. Misalnya, dalam rumah tangga masih sering terdengar jika keuangan keluarga sangat terbatas, dan harus mengambil keputusan untuk menyekolahkan anak-anaknya maka anak laki-laki akan mendapat prioritas utama. Praktik seperti itu sesungguhnya berangkat dari kesadaran gender yang tidak adil.

Kedua, pembentukan stereotip atau melalui pelabelan negatif, yaitu secara umum stereotip adalah pelabelan atau penandaan suatu kelompok tertentu. Pada umumnya stereotip selalu merugikan dan menimbulkan

ketidakadilan. Stereotip yang diberikan pada kelompok sosial tertentu, misalnya TKW asal Indonesia telah merugikan TKW itu sendiri. Selain itu masyarakat beranggapan bahwa wanita adalah melayani suami. Stereotip ini berakibat wajar sekali jika pendidikan kaum wanita dinomorduakan. Stereotip ini terjadi di mana-mana. Banyak peraturan pemerintah, atau aturan keagamaan, kultur dan kebiasaan masyarakat yang dikembangkan karena stereotip tersebut.

Ketiga, kekerasan (*violence*), adalah serangan atau invasi (*assault*) terhadap fisik maupun integritas psikologis seseorang, yaitu kekerasan terhadap sesama manusia pada dasarnya berasal dari berbagai sumber, namun salah satu kekerasan terhadap salah satu jenis kelamin tertentu pada umumnya disebabkan oleh anggapan gender. Kekerasan yang disebabkan oleh bias gender ini disebut *gender-related violence*. Kekerasan gender disebabkan oleh ketidakadilan kekuatan yang ada dalam masyarakat, wujudnya antara lain tindak pemukulan, pelecehan seksual, memegang organ tanpa kerelaan, perkataan yang merendahkan dan lain sebagainya. Keempat, beban kerja lebih panjang dan lebih banyak, yaitu adanya anggapan bahwa kaum wanita memiliki sifat memelihara dan rajin, serta tidak cocok untuk menjadi kepala rumah tangga, berakibat bahwa semua pekerjaan domestik rumah tangga menjadi tanggung jawab kaum wanita. Konsekuensinya banyak kaum wanita yang harus bekerja keras dan lama untuk menjaga keberhasilan dan kerapihan rumah tangganya, mulai dari membersihkan dan mengepel lantai, memasak, mencuci, mencari air untuk mandi hingga memelihara anak.

Persoalan kemiskinan juga menjadi kendala yang dihadapi oleh perempuan. Gejala kemiskinan di kota erat kaitannya dengan langkanya peluang kerja yang produktif. Langkanya peluang kerja membuat masyarakat dari lapisan bawah makin sulit memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Perkiraan kebutuhan hanya mengacu pada kebutuhan pokok atau dasar minimum untuk hidup layak. Bila pendapatan seseorang atau keluarga tidak memenuhi kebutuhan minimum, maka orang atau keluarga itu dapat dikategorikan miskin. Tingkat pendapatan atau kebutuhan minimum

merupakan garis pembatas antara miskin dan tak miskin. Jadi kemiskinan tidak lahir dengan sendirinya juga tanpa sebab, tetapi kemiskinan lebih disebabkan oleh faktor ekonomi, politik dan sosial (Cahyono,2005:9).

Keterbatasan perempuan sebagai individu (*human capital*) dalam hal pendidikan, pengalaman dan keterampilan kerja, kesempatan kerja dan faktor ideologis menyebabkan perempuan memasuki dunia kerja yang berubah rendah sehingga kemungkinan besar perempuan dieksploitasi. Keadaan ini merupakan gejala diskriminasi dan perempuan tersegmentasi pada sektor sekunder atau sektor informal yaitu yang berupah rendah, peluang yang ada terbatas, kesempatan promosi kecil, dan jaminan sosial tidak tersedia (Abdullah, 2003:222).

Sagala dan Rozana (2007 :21) mengemukakan bahwa terdapat lima bentuk eksploitasi yaitu: 1) Eksploitasi seksual, dimana mereka yang terlibat dalam kegiatan prostitusi, pelayanan/pekerja seks, atau menjadi obyek kegiatan pornografi yang dikarenakan oleh ancaman pemaksaan, penculikan, diperlakukan dengan salah, menjadi orang yang dijual (*debt bondage*) atau karena menjadi korban penipuan; 2) Kerja paksa (*forced labour*) : segala bentuk pekerjaan atau pelayanan yang di dapat (pelaku) dengan menggunakan tenaga orang yang berada di dalam ancaman hukuman dan orang tersebut bekerja melayani tanpa keinginannya sendiri secara sukarela; 3) perbudakan (*slavery*) : keadaan (status) dan kondisi seseorang terhadap siapa hak pemilikan (dari orang lain) diberlakukan terhadapnya; 4) pengahambatan : status atau kondisi orang-orang yang berdiam di atas tanah milik orang lain yang menurut hukum kebiasaan atau perjanjian terikat untuk hidup dan bekerja di atas tanah tersebut dan wajib mengabdikan kepada orang tersebut, baik dengan imbalan maupun tidak dan ia tidak bebas mengubah statusnya itu; dan 5) Pengambilan organ-organ tubuh: *trafficking* dari pengambilan organ-organ tubuh hanya muncul jika seseorang dipindahkan untuk tujuan pemindahan organ dan protokol ini tidak mengatur jika hanya berupa pemindahan organ (organ yang dipindahkan sudah tidak berada dalam tubuh lagi).

Labelling theory atau teori penjurukan

berakar dari teori interaksi simbolik (Rudianto, 2003). Teori interaksi simbolik mementingkan adanya proses pertukaran dan negosiasi norma-norma yang sebelumnya sudah dimiliki individu. Dalam proses ini diyakini terjadi bawa masing-masing individu telah memiliki nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi landasannya melakukan tindakan individual dan tindakan sosial. Sehingga dalam proses interaksi, nilai-nilai dan norma-norma ini memerlukan konvensi sebagai penguatan kedudukan nilai-nilai itu beserta masing-masing pemilikinya. Dengan demikian label yang melekat pada seseorang atau kelompok bukanlah merupakan ciri atau karakter yang muncul begitu saja secara internal, melainkan merupakan hasil dari kesepakatan-kesepakatan antar anggota masyarakat dalam proses interaksi sosial.

Teori penjurukan (*labelling theory*) mengatakan bahwa proses penjurukan dapat membuat individu atau kelompok menyetujui label-label yang diberikan masyarakat tanpa protes sehingga citra diri asli objek pelabelan hilang digantikan citra diri baru yang diberikan orang lain (Sukirman, 2007).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Subyek penelitian adalah perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* produk rokok merek S dan minuman S. Jalan Pemuda dan kawasan lapangan Simpang Lima, Pasar Johar, dan pusat-pusat perbelanjaan yang ada di kota Semarang diambil sebagai lokasi penelitian, dengan alasan merujuk pada lokasi strategis dimana *Sales Promotion Girls* mudah ditemukan. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap *Sales Promotion Girls* produk rokok S dan minuman S, sedangkan data sekunder diperoleh dari kantor BPS Kota Semarang dan dari kantor kepala distributor produk rokok S dan minuman S Group berupa dokumentasi mengenai ketenagakerjaan *Sales Promotion Girls*. Sedangkan untuk validitas data menggunakan teknik triangulasi, dan teknis analisis data dengan model interaktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan kota Semarang semakin pesat sebagai kota perdagangan, perhubungan dan industri, sekaligus sebagai ibu kota propinsi. Berbagai industri bermunculan dan berkembang, diantaranya adalah industri rokok (S) dan minuman (S). Dua nama tersebut merupakan pemain besar dalam bidangnya masing-masing. Ketatnya persaingan dalam bisnis tersebut membuat para produsen menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan. Salah satu upaya meningkatkan penjualan adalah dengan menggunakan jasa *Sales Promotion Girls*.

Sales Promotion Girls yang menjadi subjek penelitian ini adalah para *Sales Promotion Girls* regular pada industri rokok. Sedangkan pada industri minuman, *Sales Promotion Girls* yang diteliti adalah mereka yang terlibat dalam acara-acara dimana minuman tersebut menjadi sponsornya. Profil perempuan *Sales Promotion Girls* adalah berumur antara 19-30 tahun, dengan status belum maupun sudah menikah; secara fisik relatif cantik dan menarik; tingkat pendidikan *Sales Promotion Girls* mayoritas tamatan SMA, dan sebagian kecil lainnya tamatan D3 bahkan sarjana.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi perempuan memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* antara lain adalah faktor ekonomi, yaitu untuk mendapatkan tambahan penghasilan sehingga mampu untuk memenuhi keperluan hari-hari dan meningkatkan derajat perekonomian perempuan. Konsep ini agaknya dapat menyelesaikan permasalahan pembakuan peran seperti yang selama ini dipahami sebagian masyarakat sebagai sesuatu yang tidak dapat ditawar. Hal inilah yang disebut sebagai konsep peran ganda seperti dimana perempuan tidak lagi melulu harus berkuat di sektor domestik, tetapi juga dapat merambah sektor publik (Supartiningsih, 2003 : 50).

Informan yang diteliti adalah tiga orang yang sudah menikah yaitu dua yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* minuman

dan satu orang yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* rokok. Dari informan yang sudah menikah ternyata penghasilan suami tidak tetap dan pendapatan yang diperoleh suami sebenarnya tidak mampu mencukupi kehidupan sehari-hari, sehingga perempuan-perempuan ini memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* untuk menambah pendapatan keluarga.

Sebagian Perempuan *Sales Promotion Girls* yang belum menikah juga mengaku memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut pengakuan mereka, meskipun mereka masih mendapatkan uang dari orangtua namun semakin tingginya harga-harga kebutuhan sehari-hari, biaya hidup yang serba mahal, serta biaya kuliah yang mahal membuat mereka harus bekerja untuk menambah penghasilan. Biaya yang diberikan oleh orangtua tidak dapat mencukupi kebutuhan kuliah karena biaya yang diperoleh dari orangtua tidak sebanding dengan pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan kuliah. Tetapi ada juga yang memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* karena tergiur gaji yang besar sehingga kebutuhan sehari-hari dapat dengan mudah terpenuhi. Hal ini diungkapkan oleh seorang *Sales Promotion Girls* rokok yang bernama Eki (22 tahun):

Sopo seng gak gelem mbak nek entuk duit okeh, bayangno wae sakdino entuk satus seket ewu aku yo kepenak nak arep tuku opo-opo iku juga aku iseh bisa wenahi ibuku duit kanggo belanja kok, maklum mbak wong tuoku cuma buruh garment.

(siapa yang tidak mau mbak, jika mendapat uang banyak, bayangkan saja satu hari dapat seratus lima puluh ribu, saya ya enak kalau mau beli apa-apa itu juga saya masih bisa memberi uang kepada ibu saya untuk belanja, maklum orang tua saya hanya buruh garment). (Wawancara, Juni 2011)

Selain faktor ekonomi, terdapat juga faktor sosial. *Sales Promotion Girls* dianggap sebagai pekerjaan yang lebih baik posisinya

di masyarakat daripada pekerjaan lain yang sama-sama tidak membutuhkan ketrampilan khusus dan pendidikan tinggi, seperti pelayan restoran, penjaga toko, dan lain sebagainya.

Faktor lain yang mendorong seorang perempuan bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* juga dikarenakan keinginan mereka untuk bergaul. Bekerja merupakan salah satu cara atau sarana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Dengan kata lain bekerja adalah sebagai pengisi aktivitas atau kesibukan sekaligus sebagai tempat bergaul dan berkumpul dengan sesamanya. Pendapat ini dikemukakan oleh seorang perempuan *Sales Promotion Girls* rokok yang bernama Eki (22 tahun) :

Nak kerja kan asyik mbak, bisa ketemu kanca dadi nek ono masalah neng omah a tau masalah opo wae bisa ilang nak wes mangkat kerja. Seneng lah kancane akeh bisa tukar pengalaman pokoke wes koyo sedulur dewe. Nak misale gak kerja juga biasa kumpul podo jalan-jalan dadine akeh koncone.

(kalau kerja asyik mbak, bisa ketemu teman jadi kalau ada masalah di rumah atau masalah apapun apa saja bisa hilang kalau sudah berangkat kerja. Senang temannya banyak bisa bertukar pengalaman pokoknya sudah seperti saudara sendiri. Kalau misalnya tidak berangkat kerja juga bisa jalan-jalan jadinya banyak teman). (Wawancara, Juni 2011).

Menurut Asriwandari (2009), kesempatan untuk perkembangan seluas-luasnya bagi perempuan membuat perempuan mulai berani menunjukkan keunggulannya dalam persaingan kerja dan mengeluarkan pendapat. Dengan bekerja perempuan dianggap mempunyai status sosial yang lebih tinggi dan mendapat penghargaan sosial dari masyarakat. Kesempatan bekerja yang didapat oleh perempuan tidak secara otomatis juga memberikan jaminan atas keberadaannya dalam bekerja. Perempuan seringkali mengalami hal yang kurang

menyenangkan sehubungan dengan pekerjaan yang dilakukannya. Bahkan hal ini dapat mengarah ke dalam bentuk eksploitasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksploitasi merupakan suatu tindakan pemanfaatan untuk kepentingan sendiri, pengisapan dan pemerasan (tenaga orang) atas diri orang lain dan merupakan tindakan yang tidak terpuji. Eksploitasi yang dialami perempuan dalam hal ini adalah salah satu bentuk ketidakadilan gender.

Dalam mitologi Jawa adanya anggapan bahwa perempuan bekerja adalah hanya untuk membantu suami merupakan salah satu faktor penyebab perempuan dianggap remeh dalam dunia kerja dan tentunya berdampak pula pada pendapatan yang diperoleh perempuan bekerja. Hal ini diperparah dengan adanya pandangan dari kaum kapitalis mengenai pembagian kerja berdasarkan jenis kelamin. Kaum laki-laki dianggap lebih unggul dan mampu memproduksi barang produksi sedangkan perempuan hanya bertugas sebagai penyedia angkatan kerja. Dalam hal ini perempuan hanya bertugas mengandung dan memperbanyak keturunan yang nantinya dijadikan sebagai tenaga kerja bagi kaum kapitalis dan yang akan menunjang keunggulan kaum laki-laki.

Pandangan kaum kapitalis ini semakin menyudutkan kaum perempuan dalam dunia kerja, yakni adanya anggapan bahwa perempuan hanya bertugas melanjutkan keturunan dan bekerja dalam sektor domestik saja. Dasar inilah yang menyebabkan perempuan menempati posisi nomor dua dari laki-laki dalam dunia kerja sehingga berdampak pula pada pendapatan yang diperoleh perempuan.

Sales Promotion Girls minuman tidak bisa diperkirakan jam kerjanya. Karena bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* minuman biasanya hanya bekerja pada saat ada acara-acara tertentu. Pada umumnya *Sales Promotion Girls* yang bekerja pada industri rokok adalah 5 jam. Sedangkan perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* minuman bekerja biasanya bekerja sekitar 5-7 jam tergantung dari bentuk acara yang

Sales Promotion Girls minuman ikuti. Dari 19 perempuan *Sales Promotion Girls* rokok dan minuman terdapat perbedaan jam kerja di antara mereka. Jam kerja tersebut tidak bersifat mengikat karena *Sales Promotion Girls* rokok bekerja berpindah-pindah dari tempat satu ke tempat yang lain. Sehingga banyak waktu terbuang untuk perjalanan ke tempat tujuan. Dalam waktu tersebut belum termasuk waktu istirahat dan makan.

Dalam peran ganda perempuan ini, terdapat kondisi ketidakadilan yang diterima oleh para perempuan. Menurut Khotimah (2009), bahwa dalam pekerjaan seringkali perempuan mengalami ketidakadilan karena persoalan marginalisasi dalam pekerjaan, kedudukan perempuan yang subordinat dalam sosial dan budaya, stereotype terhadap perempuan, dan tingkat pendidikan perempuan yang rendah.

Pendapatan yang diperoleh oleh perempuan *Sales Promotion Girls* minuman tergantung dari kesepakatan kontrak dengan pihak perusahaan dan juga tergantung dari berapa lamanya *Sales Promotion Girls* bekerja pada setiap eventnya. Perempuan *Sales Promotion Girls* minuman S yang diteliti biasanya mendapatkan gaji sekitar Rp 50.000 per hari namun *Sales Promotion Girls* minuman S setiap harinya dituntut untuk menjual produk minuman sesuai target penjualan yang sudah ditentukan oleh pihak perusahaan karena gaji *Sales Promotion Girls* tergantung dari pencapaian target penjualan produk. Pendapatan yang diperoleh perempuan *Sales Promotion Girls* rokok jika dihitung setiap minggunya bisa mencapai satu juta lima puluh ribu itu apabila *Sales Promotion Girls* bekerja tiap hari. Namun terkadang jika karena kesibukan kuliah ataupun lainnya yang membuat *Sales Promotion Girls* tidak berangkat kerja, maka otomatis pendapatan mereka berkurang. Pendapatan yang diperoleh oleh *Sales Promotion Girls* rokok biasanya lebih banyak jika mereka bekerja pada event-event tertentu, yaitu antara Rp 150.000 hingga sekitar Rp 250.000.

Pekerjaan sebagai SPG tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi. Hal ini diungkapkan Anin (20 tahun):

Aku iki masih kuliah mbak, aku iki kerjo kanggo sambilan tok aku ngalamar dadi SPG nganggo ijazah SMA asale dadi SPG kuwi rak perlu sekolah dhuwur-dhuwur seng penting bisa adol barang sesuai targete wae nek target penjualane tercapai yo duwite akeh mbak tapi yo kadang diwenehi bonus tapi bonuse biasane soko pembeli kadang duwit jujulane diwenehke.

(Aku ini masih kuliah mbak, aku bekerja hanya untuk sambilan. Aku melamar jadi SPG memakai ijazah SMA karena menjadi SPG itu tidak perlu sekolah tinggi-tinggi yang penting bisa menjual barang sesuai targetnya kalau target penjualan tercapai ya uangnya banyak mbak tapi ya kadang diberi bonus tapi bonusnya biasanya dari pembeli terkadang uang kembaliannya diberikan). (Wawancara, Juni 2011).

Sales Promotion Girls rokok S dan minuman S tugasnya adalah menjual barang dagangan dengan memberikan penjelasan mengenai keunggulan produk-produk yang dijual. Tujuannya adalah agar pembeli merasa tertarik dan membeli produk-produk tersebut. Bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S memang syarat utamanya adalah mempunyai penampilan yang menarik dan cantik serta komunikatif ketiga syarat tersebut mutlak dimiliki oleh seorang *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S karena dengan penampilan dan ketrampilan komunikasi tersebut mereka diharapkan dapat menarik minat pembeli dan meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk-produk yang mereka jual. Dalam sistem kapitalisme, Pilliang (dalam Hagijanto, 2000: 8-9) menyebut sebagai *passionate capitalism*. Mereka mempunyai tugas menggali setiap rangsangan, getaran, dan hasrat ekonomi, serta memperhalus dan meningkatkan daya kerja, daya tarik, dan daya pesona produk; meningkatkan mutu pelayanan, mutu kemasan, dan mutu pengirimannya; meningkatkan daya rangsang *paracover girl* yang menjadi bintang

iklan produk tersebut; meningkatkan daya erotisme para *salesgirl* yang menawarkan produk yang dijual; serta meningkatkan daya sensual para *modelgirl* yang memamerkan produk yang ditawarkan di atas *catwalk*.

Eksplorasi yang dialami *Sales Promotion Girls* berupa eksploitasi fisik dan ekonomi. Eksploitasi fisik berupa Penampilan *Sales Promotion Girls* mulai dari polesan wajah, pakaian yang dipakai hingga aksesoris yang dipakai dibuat sedemikian rupa oleh pihak perusahaan untuk memikat pembeli yang sebagian besar adalah laki-laki. Oleh karena itu bagian-bagian tubuh tertentu sengaja diperlihatkan agar dapat memberikan kesan *sexy* dan merangsang. Salah satunya dengan memakai pakaian mini 10 cm di atas lutut, sehingga terlihat paha *Sales Promotion Girls* dan memakai sepatu berhak tinggi (*high heels*) sehingga terlihat kaki *Sales Promotion Girls* lebih indah. Selain itu ada juga yang memakai kaos ketat dengan bawahan celana pendek yang ketat pula sehingga payudara, pinggul, dan pantat kelihatan menonjol, serta lekuk-lekuk tubuh semakin terlihat.

Perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* modal utamanya yang harus dimiliki adalah penampilan menarik dengan tubuh yang indah, tata busana yang menonjolkan bagian-bagian tubuh tertentu dan rias wajah serta komunikatif. Teori penjurukan (*labelling theory*) mengatakan bahwa proses penjurukan dapat membuat individu atau kelompok menyetujui label-label yang diberikan masyarakat tanpa protes sehingga citra diri asli objek pelabelan hilang digantikan citra diri baru yang diberikan orang lain (Sukirman, 2007; Muashomah 2010). Pemberian stereotip pada perempuan *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S tentang penampilan cantik dan menarik menyebabkan perempuan *sales promotion girls* rokok S dan minuman S itu sendiri sulit untuk mengubah persepsi di mata masyarakat karena pemberian stereotip merupakan konvensi sosial. Pemberian stereotip biasanya didasarkan pada sesuatu yang alamiah sehingga masyarakat menganggap bahwa penampilan *Sales Promotion Girls* yang cenderung cantik dan menarik susah dirubah dan sudah dikonstruksikan oleh masyarakat

sebagai ciri perempuan *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S.

Tidak jarang dalam menjalankan profesinya sebagai *Sales Promotion Girls* rokok S dan minuman S, para perempuan mengalami tindak pelecehan seksual dari para pembeli, baik yang secara verbal, seperti siulan, lelucon yang bernada cabul, kata-kata kotor berupa rayuan, maupun yang berupa tindakan fisik, seperti cubian, rabaan, dan colekan. Apa yang mereka alami merupakan akibat dari apa yang disebut sebagai 'ekonomi libido'. Menurut Sobur (2004:38), fungsi tubuh telah bergeser menjadi fungsi biologis dan reproduksi kearah fungsi ekonomi politik khususnya fungsi 'tanda'. Ekonomi kapitalis telah merubah penggunaan tubuh dan hasrat sebagai titik sentral komoditas yang disebut dengan 'ekonomi libido'. Tubuh menjadi bagian dari komoditi kapitalisme yang memperjualbelikan tanda, makna dan hasratnya. Selain itu tubuh perempuan sering digunakan sebagai objek pemuasan nafsu laki-laki, tubuh perempuan juga sering ditampilkan sebagai pengukuhan nilai-nilai ideal tubuh perempuan. Produsen dan kapitalisme dalam hal ini mengusung daya tarik seksual dengan penekanan pada bagian-bagian sensual perempuan, seperti payudara, paha, ataupun tubuh sensual yang utuh. Keadaan ini memposisikan tubuh perempuan sebagai obyek untuk pemuas hasrat pandangan laki-laki untuk tujuan komersil.

Pendapat ini juga didukung dengan kondisi dimana eksploitasi tubuh ini lantas menjadi komoditi ekonomis. Seperti yang dikatakan oleh Supartiningsih (2004: 8-9) Keterkaitan antara seksualitas dengan sisi ekonomi ini tampak dalam kegiatan produksi, distribusi dan transaksi hasrat. Sistem ekonomi seperti ini pada gilirannya menjelma menjadi *libidonomics*, yakni sebuah sistem pendistribusian rangsangan, rayuan, kesenangan dan kegairahan dalam masyarakat. JF Loytard dalam "*Libidinal Economy*" (1993) juga berpendapat bahwa di dalam tubuh ekonomi (kapitalisme global) berkembang sebuah logika yang disebutnya logika hasrat (*the logics of desire*). Maksud yang terkandung dalam ungkapan

ini adalah bahwa lalu lintas ekonomi disertai oleh lalu lintas hasrat. Pertumbuhan ekonomi ditentukan dari bagaimana hasrat setiap konsumen dirangsang lewat trik-trik sensualitas komoditas.

Sales Promotion Girls pada akhirnya harus memiliki strategi untuk meminimalisir kondisi tersebut. Pemilihan calon pembeli, dan memilih waktu bekerja di siang hari merupakan upaya yang dilakukan *Sales Promotion Girls* untuk menghindari hal-hal tersebut. Sementara itu perlindungan dari perusahaan tidak tersedia. Yang terjadi adalah bahwa tubuh perempuan tersebut menjadi sarana pengeruk keuntungan bagi sistem kapitalisme itu sendiri.

Dalam hal yang lain, *Sales Promotion Girls* juga mengalami eksploitasi ekonomi. Fakta mengenai rendahnya upah perempuan di sektor publik, kebijakan perusahaan yang mengintimidasi perempuan serta penyerapan tenaga kerja perempuan yang terbatas membuat perempuan semakin terhimpit. Tenaga dan pikiran perempuan diperas habis-habisan untuk menggerakkan roda-roda perekonomian dengan lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah daripada di rumah. Bahkan, eksistensi perempuan di ranah publik kapitalisme justru semakin mendudukkan posisi mereka dalam kubangan eksploitasi.

Bentuk eksploitasi ekonomi yang dialami oleh *Sales Promotion Girls* tampak ketika mereka harus bekerja di tempat-tempat keramaian pada malam hari hingga larut malam. Tenaga yang terkuras tidak sebanding dengan apa yang didapat oleh perempuan *Sales Promotion Girls* terlebih jika pembayaran gaji tidak diberikan langsung dan harus menunggu hingga kurang lebih satu bulan.

Bentuk lain dari adanya eksploitasi ekonomi adalah tidak terpenuhinya hak-hak pekerja perempuan oleh pihak perusahaan. Sesuai dengan Undang-Undang tentang Ketenagakerjaan Nomor 13 tahun 2003, hak tersebut antara lain: hak untuk memperoleh imbalan atau upah; hak memperoleh fasilitas berupa berbagi tunjangan dan bantuan; hak mengembangkan potensi kerja sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan;

hak mendapatkan perlindungan atas keselamatan, kesusilaan, kesehatan, pemeliharaan moral kerja, serta perlakuan yang sesuai harkat, martabat manusia dan moral agama; hak mendirikan dan menjadi anggota serikat pekerja; hak mendapatkan cuti; dan hak memperoleh perlindungan hukum.

SIMPULAN

Perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* pada industri rokok dan minuman berumur sekitar 19-30 tahun, berpenampilan menarik, bekerja 5-7 jam per hari, mendapatkan pendapatan yang rendah, dan beberapa diantara mereka memiliki peran ganda. Alasan perempuan bekerja sebagai *SPG* karena alasan ekonomi, yaitu untuk menambah pendapatan keluarga, dan alasan sosial, yaitu adanya keinginan berinteraksi dengan banyak orang. Perempuan *Sales Promotion Girls* rokok dan minuman dalam melakukan pekerjaannya seringkali mengalami eksploitasi fisik, baik berupa pelecehan verbal maupun pelecehan fisik. Selain itu perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* juga mengalami eksploitasi ekonomi, yaitu berupa jam kerja yang terlalu lama, waktu kerja yang sampai malam hari, serta tidak terpenuhinya hak-hak pekerja perempuan tentang keselamatan dan hak untuk cuti. Dalam hal ini maka kepedulian terhadap perempuan bekerja hendaklah ditingkatkan. Kesempatan bekerja bagi para perempuan hendaknya juga bukan hanya menyangkut ketrampilan remeh atau bahkan hanya mengandalkan tubuh semata. Perlindungan untuk perempuan bekerja baik itu yang berada di level bawah maupun menengah ke atas menjadi sangat penting, mengingat perempuan rentan dengan

eksploitasi baik fisik maupun ekonomi. Dengan posisi yang lebih terhormat dalam pekerjaan, maka menaikkan juga posisi sosial ekonomi perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. 2003. Penelitian Berwawasan Gender Dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Humaniora*. 15 (3): 30-45.
- Asriwandari, H. & Indrikawati, Y.E. 2009. Peran Perempuan Bekerja Dalam Keluarga. *Jurnal Industri Dan Perkotaan*. 13 (33): 15-30.
- Cahyono, I. 2005. *Wajah Kemiskinan, Wajah Perempuan*. Dalam *jurnal Perempuan no.42 (ed) 2005. Mengurangi Kemiskinan, Dimana Perempuan*. Jakarta: Yayasan jurnal perempuan.
- Conyers, D. 2000. *Sangkan Paran Gender*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Fakih, M. 1995. *Menggeser Konsepsi Gender Dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hagijanto, A.D. 2000. Figur Wanita Sebagai Penarik Pandang Dalam Iklan. *Nirmana*. 2 (1): 1-11.
- Khotimah, K. 2009. Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan Dalam Sektor Pekerjaan. *Yinyang : Jurnal Gender Dan Anak*. 4 (1): 158-180.
- Muashomah. 2010. Analisis Labelling Perempuan dengan Teori Feminisme. *Jurnal Komunitas*. Vol 2 (2): 79-91.
- Sagala, V. & Rozana, E. 2007. *Memberantas Trafficking Perempuan Dan Anak*. Bandung : Pojok 85.
- Suhartini, S. 2010. Pergulatan hidup perempuan pemecah batu. *Jurnal Komunitas*. 2 (2): 40-49.
- Sukirman, O. 2007. *Teori Komunikasi Politik*. Jakarta : Rajawali Press.
- Supartiningsih. 2003. Peran Ganda Perempuan, Sebuah Analisis Filosofis Kritis. *Jurnal Filsafat*. 33 (1): 5-20.
- Syamsudin. 2006. Eksploitasi Wanita dalam Perspektif Kapitalis. *E-jurnal Egalita*. 1 (2): 20-40.
- . 2004. Melacak Akar Masalah Pornografi Dan Pornoaksi Serta Implikasinya Terhadap Nilai-Nilai Sosial (Kajian Filsafat Nilai). *Jurnal Filsafat*. 36 (1): 10-30.
- Sobur. A. 2004. Analisis Teks Dan Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Traming. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.