

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia Sales menjadi salah satu cara melakukan pemasaran produk yang digunakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk kepada konsumen. Jasa Sales bukan hal yang baru, pekerjaan ini sudah menjadi hal umum bagi masyarakat. Jasa sales ini biasanya perusahaan menggunakan *Sales Promotion Girl* atau yang sering disebut SPG. Dalam KBBI SPG merupakan seseorang yang menjual dagangan secara langsung ke konsumen sebagai wiraniaga. Jasa SPG biasanya banyak digunakan berbagai *even*, seperti pameran, konser, promosi dan penjualan langsung kepada konsumen. Melihat semakin banyaknya muncul persaingan pasar dalam penjualan produk yang ada.

SPG dalam penelitian ini adalah memfokuskan pada SPG rokok, SPG bekerja biasanya berkelompok pada titik tertentu dalam memasarkan produk kepada konsumen. Dan biasanya SPG menawarkan produk mereka kepada toko-toko, atau warung kecil serta ketempat cafe coffe. Sistem kerja SPG tidak mengikat dengan pembayaran Rp.50.000-Rp.500.000 setiap evennya. Biasanya SPG memiliki tugas yang berbeda pada titik atau lokasi yang menjadi tujuan pemasaran mereka. SPG memasarkan produk secara langsung kepada konsumen dan biasanya dalam memasarkan produknya mereka melakukannya dengan berkelompok.

Setiap masyarakat memiliki nilai dan normanya masing-masing, hal ini tergantung dari kebudayaan yang berkembang pada masyarakat tersebut. Nilai

budaya adalah satu bagian dari kebudayaan komunitas tertentu yang merupakan suatu konsepsi abstrak yang di anggap baik dan amat bernilai tinggi dalam hidup,yang menjadi pedoman tertinggi kelakuan dalam kehidupan satu masyarakat (Agus, yuni, Rahma : 2020)

Hubungan dapat terjadi antara individu satu dan individu lainnya seperti interaksi SPG satu dengan SPG lainnya, individu dan kelompok seperti interaksi antara SPG dengan kelompok SPG lainnya. Hubungan ini tertata dalam bentuk tindakan-tindakan yang didasarkan pada nilai-nilai dan norma-norma sosial dalam masyarakat. Seperti, sistem pebagian kerja yang dilakukan dengan tujuan adanya keteraturan dan keadilan bagi SPG dalam mencari rezeki. Dalam sistem SPG terdapat aturan yang telah disepakati perusahaan dan pekerja sebagai jasa sales yaitu dimana setiap pekerja sales tidak boleh mengambil menjual produk kepada wilayah yang tidak ditetapkan oleh perusahaan dan juga pihak perusahaan harus tahu seberapa produk yang telah terjual.

Dalam hubungan SPG terdapat jaringan sosial. Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi kapital sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa

saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. (Ruddy Agusyanto, 2014 : 11)

Kemudian menurut Mitchell (Kusnadi, 2000 : 13) mengemukakan, bahwa jaringan sosial merupakan seperangkat hubungan khusus atau spesifik yang terbentuk di antara sekelompok orang. Karakteristik hubungan tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk menginterpretasi motif-motif perilaku sosial dari orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sedangkan menurut Barnes menyebutkan dua macam jaringan, yaitu jaringan total dan jaringan bagian. Jaringan total adalah keseluruhan jaringan yang dimiliki individu dan mencakup berbagai konteks atau bidang kehidupan dalam masyarakat. Jaringan bagian adalah jaringan yang dimiliki oleh individu yang terbatas pada bidang kehidupan tertentu, misalnya jaringan politik, jaringan keagamaan, dan jaringan kekerabatan

Berkembangnya lingkup manusia dalam bermasyarakat yang mengakibatkan munculnya pola hubungan antar manusia didalam bermasyarakat yang semakin terus berkembang pesat. Melalui cara berfikir dan bertindak sebagai usaha dalam pemenuhan kebutuhan bersama, sangat dipengaruhi oleh sikap dan perilaku yang menunjukkan bagaimana mereka melakukan interaksi. Dengan demikian sikap dan perilaku individu membentuk suatu pola yang menonjol dalam masyarakat. Hubungan sosial yang dimana pada setiap individu dapat dilihat sebagai sebuah jaringan. Jaringan sosial tersebut dapat dilihat pada sejumlah kecil titik-titik yang dihubungkan oleh garis-garis. Titik-titik ini dapat berupa orang, peranan, posisi, status, kelompok, tetangga, masyarakat, organisasi, dan sebagainya. Garisnya ini dapat merupakan perwujudan dari hubungan sosial

antar individu, pertukaran, pertemuan, kekerabatan, hubungan antar organisasi, hubungan subordinat, persekutuan militer, dan sebagainya (Oktaviari, 2017 : 5).

Di Kota Tanjungpinang juga banyak dijumpai perempuan-perempuan berumur 18 sampai dengan 24 tahun bekerja sebagai SPG, mulai dari SPG makanan, susu, hingga rokok, ada SPG yang hanya berada di pertokoan ada pula yang mendatangi langsung konsumennya. Hal ini sesuai dengan jurnal Purwasih (2013) dimana SPG memiliki beberapa ketentuan tertentu. Ketentuan tersebut seperti: usia 18 hingga 24 tahun, standar tinggi tertentu, berat badan ideal dan berpenampilan menarik. Mereka biasanya bekerja dengan berkelompok yaitu 4-5 orang. Mereka biasanya melakukan penjualan di berbagai acara akan tetapi sekarang mereka datang ke tempat-tempat keramaian. Hal ini menjadi salah satu bentuk dari kesadaran mereka yang harus memberikan cara yang maksimal sesuai dengan prosedur perusahaan sehingga hal ini perlu adanya suatu hubungan yang terjalin baik itu antar SPG maupun konsumen, untuk mencari rezeki.

Berikut adalah data SPG di Kota Tanjungpinang, Januari-April 2021, yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel I.1
SPG di Kota Tanjungpinang, Januari-April 2021

No	Jenis SPG	Jumlah aktif	Keterangan	Lokasi
1	SPG Event			
	Mobil	19 orang	Pameran yang dilakukan di mall (Suzuki, Toyota, Honda)	Mall dan pusat perbelanjaan
	Motor	22 orang	Merek motor (Yamaha, Honda)	Pusat perbelanjaan seperti swalayan
	Perumahan	2 orang	SPG Sinar bahagia	Mall
2	SPG susu	45 orang	Susu dancow,	Mall dan pusat

			morinaga, SGM, Nutrilion, Nestle	perbelanjaan,
3	SPG rokok	98 orang	Sampoerna	Untuk SPG saat ini hanya rokok sampoerna beberapa merek rokok lainnya tidak menggunakan SPG karena pandemi dan tidak ada event
4	SPG Make Up	35 orang	Wardah, Make Over, Maybeline, Pixy	Pusat perbelanjaan seperti swalayan

Sumber : Data olahan penelitian (observasi, wawancara), 2021

Jika dilihat dari data di Kota Tanjungpinang masih sering terlihat adalah SPG *make up*, mereka biasanya di tempatkan di swalayan, toko, dan ada juga yang mempromosikan datang ke tempat keramaian, SPG *make up* ini, mempromosikan berbagai merek *make up*. SPG *make up* memiliki standar tersendiri, untuk memasarkan *make up* mereka harus tampil cantik, punya tubuh yang proporsional. Para SPG dituntut untuk terus dan tetap menjaga penampilan mereka. Namun ternyata, hal ini secara sadar ataupun tidak sadar telah berdampak pada sebuah status sosial dan prestise di lingkungan sosial mereka. Tuntutan pekerjaan dengan menggunakan *make up*, membuat mereka harus mengkonsumsi berbagai macam kosmetik wajah secara lebih sering dibandingkan perempuan biasanya.

Sebagai seorang SPG mereka juga memiliki target penjualan, mereka diuntut untuk menjual dengan cara semenarik mungkin agar konsumen tertarik menggunakan produk mereka. Di dalam bekerja SPG terdapat relasi jaringan sosial yang tidak terbatas, hal itu memberikan kesempatan bagi mereka mengenai

informasi yang bisa memberikan nilai ekonomis dalam pekerjaannya. Ketersediaan jaringan dalam ruang lingkup SPG menjadi prioritas utama untuk mendapatkan akses informasi mengenai tempat-tempat keramaian yang memungkinkan dapat memasarkan produknya dengan mudah yang terdengar dari orang atau kelompok melalui media hubungan sosial. Adanya jaringan tersebut juga memudahkan mobilitas SPG untuk menjajakan dagangannya. Peran modal sosial juga diperlukan agar terciptanya hubungan antara SPG, pembeli dan aktor dibaliknya. Unsur utama dan terpenting dari modal sosial adalah kepercayaan (trust). Atau dapat dikatakan bahwa trust merupakan syarat keharusan untuk membentuk dan membangun modal sosial di masyarakat.

Fenomena yang terjadi saat ini Para SPG bekerja tidak sendiri melainkan banyak pihak yang bersedia menjadi perantara, seperti teman yang membantu menjualkan dagangannya sampai dengan sesama teman SPG untuk membantu melariskan dagangan mereka agar mencapai target, jika tidak begitu maka para SPG sangat sulit menjual dagangannya dan tidak bisa menjual sesuai target, tidak hanya itu mereka biasanya meminta nomor handphone pelanggan untuk mempromosikan lewat whatsapp jika ada produk terbaru, kemudian membagikan brosur, dan biasanya SPG ini akan menjelaskan secara detail agar konsumen tertarik menggunakan make up tersebut, serta memberikan diskon khusus, dan penawaran menarik lainnya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka penelitian ini mengambil judul penelitian : Pramuniaga Dalam Produk kosmetik Di Kota Tanjungpinang

1.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah, maka penelitian ini merumuskan permasalahan yaitu : Bagaimana Pramuniaga Dalam memasarkan Produk kosmetik Di Kota Tanjungpinang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pramuniaga memasarkan Dalam Produk kosmetik Di Kota Tanjungpinang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat diharapkan berguna bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama, sehingga penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Kegunaan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan informasi untuk penelitian-penelitian berikutnya. Serta hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi peneliti dan juga bahan evaluasi bagi penelitian selanjutnya.