

**KEHIDUPAN PEREMPUAN DALAM SEKTOR INFORMAL: STUDI
TENTANG SALES PROMOTION GIRL (SPG) ROKOK PT. HM
SAMPOERNA Tbk. DI KOTA PADANG (TAHUN 1990-2014)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang*



Disusun oleh

**HARMADENI SARTIKA
55245 / 2010**

**Jurusan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**KEHIDUPAN PEREMPUAN DALAM SEKTOR INFORMAL: STUDI
TENTANG SALES PROMOTION GIRL (SPG) ROKOK PT. HM
SAMPOERNA Tbk. DI KOTA PADANG (TAHUN 1990-2014)**

Nama : Harmadeni Sartika
BP/NIM : 2010/55245
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 7 Agustus 2015

Pembimbing I,



Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum
NIP. 196102181984032001

Pembimbing II,



Drs. Etmi Hardi, M.Hum
NIP. 1967030419930331003

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan Sejarah



Hendra Naldi, SS, M.Hum
NIP. 196909301996031001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sejarah Jurusan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Hari Jum'at, 7 Agustus 2015

KEHIDUPAN PEREMPUAN DALAM SEKTOR INFORMAL: STUDI
TENTANG *SALES PROMOTION GIRL* (SPG) ROKOK PT. HM
SAMPOERNA Tbk. DI KOTA PADANG (TAHUN 1990-2014)

Nama : Harmadeni Sartika
BP/NIM : 2010/55245
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Agustus 2015

Tim Penguji

Nama

1. Ketua : Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum

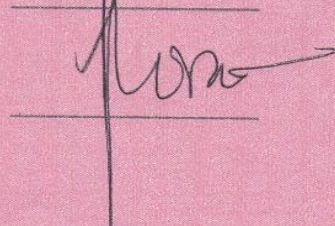
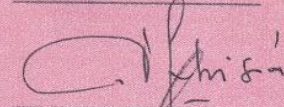
2. Sekretaris : Drs. Etmi Hardi, M.Hum

3. Anggota : Azmi Fitrisia, M.Hum, Ph.D

Hendra Naldi, SS, M.Hum

Nora Susilawati, S.Sos, M.Si

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Harmadeni Sartika

BP / NIM : 2010 / 55245

Program Studi : Pendidikan Sejarah

Jurusan : Sejarah

Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul Kehidupan Perempuan Dalam Sektor Informal: Studi Tentang *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok PT. HM Sampoerna Tbk. Di Kota Padang (Tahun 1990-2014), adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain (plagiat). Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademik maupun hukum sesuai ketentuan yang berlaku, baik di institusi Universitas Negeri Padang maupun masyarakat dan negara. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Agustus 2015

Diketahui Oleh:

Ketua Jurusan Sejarah,



Hendra Naldi, S.S, M.Hum.
NIP. 196909301996031001

Saya Menyatakan,



Harmadeni Sartika
55245 /2010

ABSTRAK

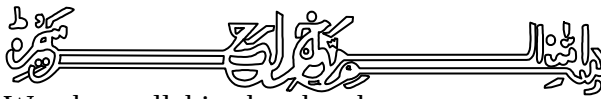
HARMADENI SARTIKA (2010/55245): Kehidupan Perempuan Dalam Sektor Informal: Studi Tentang *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok PT. HM Sampoerna Tbk. di Kota Padang (Tahun 1990-2014). **Skripsi.** Pendidikan Sejarah. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Padang. 2015

Fenomena SPG rokok menjadi kajian yang menarik untuk diteliti. SPG rokok dengan pakaian seragam yang ketat dan baju tanpa lengan yang memperlihatkan bagian-bagian tubuhnya ini pun dapat dijumpai pada SPG PT. Sampoerna di Kota Padang. Kemunculan profesi ini pun tak lepas dari bisnis kapitalis dalam memanfaatkan citra tubuh perempuan dalam mendorong penjualan produknya. Tubuh perempuan yang memiliki komoditas nilai jual inipun dimanfaatkan untuk kepentingan kapitalis dalam mengembangkan bisnisnya. Penelitian ini untuk melihat bagaimana PT. HM Sampoerna memunculkan fenomena SPG rokok di Kota Padang dan melihat kehidupan SPG rokok Sampoerna di Kota Padang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian sejarah deskriptif analisis. Menggambarkan dan menginterpretasikan suatu peristiwa yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode sejarah, yang meliputi empat tahap yaitu: heuristik, kritik sumber, interpretasi data, dan historiografi (penulisan sejarah). Pada tahap pertama, penulis mengumpulkan semua data yang berhubungan dengan objek penelitian dengan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui berbagai wawancara dengan narasumber dan pihak terkait lainnya. Adapun kriteria informan yang akan diwawancarai adalah 10 orang SPG rokok yang telah berpengalaman dalam menjadi SPG rokok Sampoerna dan minimal satu tahun menjalankan profesi ini, serta dua orang *team leader*, dan pihak-pihak yang terkait dengan SPG rokok Sampoerna. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Tahap kedua, dilakukan kritik sumber terhadap semua data yang telah diperoleh. Tahap ketiga, menganalisis dan menginterpretasi data. Tahap keempat, penulis memaparkan hasil penelitian dalam bentuk sebuah karya ilmiah berupa skripsi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa munculnya fenomena SPG rokok terkait dengan anggapan bahwa tubuh perempuan memiliki komoditas yang memiliki nilai jual lebih dalam bisnis kapitalis. Hal tersebut juga berkaitan dengan penggunaan SPG rokok pada PT. HM Sampoerna, Tbk di Kota Padang yang digunakan dalam pengembangan strategi promosinya. Sejak tahun 1990 hingga 2014 terdapat perubahan dalam penggunaan SPG rokok pada PT. HM Sampoerna di Kota Padang hal tersebut juga terkait dengan kebijakan pemerintah mengenai pembatasan media promosi oleh perusahaan rokok. Adanya tuntutan penampilan SPG rokok untuk selalu tampil menarik secara tidak langsung turut memberikan pengaruh terhadap gaya hidup mereka. Hal tersebut tercermin dalam kehidupan mereka yang senantiasa tampil glamour dan konsumtif. Karena perilaku konsumtif seperti ini maka ada juga SPG yang “nyambi” menjadi SPG plus-plus yang bersedia di *booking* oleh orang-orang yang berduit. Hal ini lah yang menyebabkan citra negatif SPG rokok di mata masyarakat, sehingga banyak orang memandang rendah pekerjaan ini.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah kepada kita semua, sehingga berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Kehidupan Perempuan Dalam Sektor Informal: Studi Tentang Sales Promotion Girl (SPG) Rokok PT. HM Sampoerna Tbk. Di Kota Padang (Tahun 1990-2014).”**.

Skripsi ini merupakan penelitian yang disusun dalam rangka memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih :

1. Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Pd. M.Hum selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Etmi Hardi, M. Hum selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen penguji : (1) Ibu Dr. Azmi Fitriasia, M.Hum (2) Bapak Hendra Naldi, SS, M.Hum dan (3) Ibu Nora Susilawati, S.Sos, M.Si yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.

3. Bapak dan ibu dosen serta staf pegawai Jurusan sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
4. Orang tua, adik, serta semua keluarga penulis yang terus memberikan motivasi dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan Sejarah angkatan 2010 yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal yang diberikan mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Padang, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Abstrak.....	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel.....	v
Daftar Grafik.....	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan dan Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat.....	9
D. Tinjauan Pustaka	10
E. Metode Penelitian	21
BAB II KETERLIBATAN PEREMPUAN DALAM SEKTOR INFORMAL DI KOTA PADANG	
A. Letak Geografis dan Penduduk Kota Padang	24
B. Sektor Informal di Kota Padang	29
C. Keterlibatan Perempuan Dalam Dunia Kerja di Kota Padang.....	33
D. <i>Sales Promotion Girl</i> Sebelum Tahun 1990	39
BAB III PEREMPUAN SALES PROMOTION GIRL ROKOK SAMPOERNA DAN GAYA HIDUP SPG DI KOTA PADANG	
A. Gambaran Umum PT. HM Sampoerna, Tbk.....	42
1. Sejarah Pabrik Rokok PT. HM Sampoerna, Tbk.....	42
2. PT. HM Sampoerna Tbk di Kota Padang.....	44
3. Bisnis dan Perkembangan Perusahaan	47
4. Keterlibatan SPG sebagai Promotor Perusahaan.....	51
B. SPG Rokok Sampoerna di Kota Padang	58
1. SPG Rokok Sampoerna Tahun 1990-2014.....	58
a. SPG Rokok Sampoerna tahun 1990-1999	59
b. SPG Rokok Sampoerna tahun 2000-2014.....	63
2. Munculnya SPG <i>plus-plus</i>	73
3. Hubungan Kerja Perusahaan dengan SPG.....	75
4. Eksploitasi diri Pada <i>Sales Promotion Girl</i>	77
C. Perubahan Kehidupan SPG Rokok Sampoerna Di Kota Padang	80
1. Peningkatan Pendapatan	81
2. Gaya Hidup	84
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Penduduk Kota Padang tahun 1990-2013.....	26
Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur Tahun 2013.....	28
Tabel 3. Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Bekerja Menurut Lapangan Usaha Tahun 2013.....	29
Tabel 4. Aktivitas Informal.....	32
Tabel 5. Jumlah Perusahaan Perdagangan menurut Skala Usaha Tahun 2002-2013.....	35
Tabel 6. Penduduk Berumur 15 tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan dan Jenis Kelamin Tahun 2013.....	36
Tabel 7. Jumlah Pencari Kerja yang Terdaftar Menurut Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin Tahun 2013.....	36
Tabel 8. Pemenuhan Lowongan Permintaan Tenaga Kerja Menurut Lapangan Usaha dan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 9. Wilayah Pemasaran PT. HM Sampoerna Cabang Padang Tahun 2014.....	47
Tabel 10. Penyebab Menjadi SPG rokok.....	54
Tabel 11. Brand Sampoerna Cabang Padang yang dikeluarkan Tahun 1990-1999.....	60
Tabel 12. Jumlah produksi rokok kretek (dalam juta batang) Tahun 1990 – 1999.....	62
Tabel 13. Acara yang di sponsori oleh PT. HM Sampoerna Tbk di Kota Padang pada tahun 2006-2014.....	65
Tabel 14. Analisis Kebutuhan SPG Rokok PT. HM Sampoerna Tahun 2006-2014.....	66
Tabel 15. Data Penjualan Rokok PT. HM Sampoerna Tahun 2005 s/d 2008 di Wilayah Sumatera Barat.....	67
Tabel 16. Data Asal SPG rokok Sampoerna.....	70

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. Pangsa Pasar Menurut Industri Rokok, 2008 dan 2009.....	38
Grafik. 2 Perkembangan produksi rokok kretek (dalam juta batang) Tahun 1990 – 1999	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara Penelitian

Lampiran 2 Daftar Informan Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Riset / Penelitian

Lampiran 4 Dokumentasi hasil Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan perekonomian yang semakin tinggi, ditunjang dengan adanya isu globalisasi cenderung mendorong pada pelaku ekonomi untuk mengembangkan mutu, produk dan strategi pemasaran atas hasil produk mereka di pasaran. Dunia perdagangan dan industri dewasa ini diketahui bersama telah memasuki era keemasannya. Kecenderungan untuk mengadakan promosi besar-besaran oleh pihak produsen di dunia perdagangan dan industri agaknya dirasakan semakin penting dilakukan mengingat adanya tingkat persaingan yang kian besar diantara para produsen dalam memasarkan produk mereka.¹ Salah satunya adalah industri rokok di Indonesia.

Perkembangan industri rokok di Indonesia ditandai dengan lahirnya perusahaan rokok besar yang menguasai pasar dalam industri ini, yaitu PT. Gudang Garam, Tbk yang berpusat di Kediri, PT. Djarum yang berdiri tanggal 25 Agustus 1950 berpusat di Kudus oleh Oei Wie Gwan, PT. HM Sampoerna, Tbk yang berdiri tahun 1913 dimulai dengan usaha rumah tangga berpusat di Surabaya, PT. Bentoel yang berpusat di Malang yang berdiri tahun 1931 dan PT. Nojorono yang berpusat di Kudus.²

¹ Herlin Putri Utami. 2008. *Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis*. Hal 1 (skripsi)

² Gatra. 2000. *Ragam : Kudus, Tanah Air Kretek Itu*, Edisi N0. 11 Tahun VI: Jakarta

Dalam industri rokok, dominasi dari para pelaku utama bisnis ini sudah cukup dikenal. Pada tahun 1999 hingga 2001 ternyata 3 perusahaan rokok, yaitu PT. Djarum, PT. Gudang Garam Tbk, dan PT. HM Sampoerna Tbk, selalu masuk dalam jajaran “Sepuluh Besar Perusahaan Terbaik” di antara 200 *Top Companies* di Asia yang disusun peringkatnya oleh majalah *Far Eastern Economic Review* (FEER).³ Data lain menyebutkan bahwa di awal tahun 2009 pangsa pasar rokok di Indonesia terbesar dikuasai oleh Sampoerna-Philip Morris yang merupakan *Transnational Tobacco Company* (29,5%). Selanjutnya diikuti oleh Gudang Garam (22,5%) dan Djarum (19,4%). Ketiga perusahaan ini menguasai 71% pasar rokok Indonesia.⁴ Pada umumnya Industri rokok di Indonesia terkonsentrasi di Pulau Jawa dengan 75% diantaranya berada di Jawa Timur, di Jawa Tengah sebesar 20% dan sisanya berada di Sumatera Utara, di Yogyakarta dan di Jawa Barat.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, mau tidak mau seakan memaksa para produsen rokok untuk terus memutar otak untuk mencari strategi baru dalam kegiatan promosinya. Salah satunya adalah strategi promosi dengan menggunakan *Sales Promotion Girl* (SPG). Pada perusahaan rokok penggunaan jasa SPG ini memiliki alasan-alasan tersendiri. Perusahaan beranggapan bahwa produk rokok yang umumnya di konsumsi oleh kaum laki-laki akan menjadi lebih menarik jika dipromosikan oleh perempuan

³ Rachmat, M. et al. 2011. *Dinamika Agribisnis Tembakau Dunia Dan Implikasinya Bagi Indonesia*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.

⁴ TCSC.2009. *Strategi Industri Tembakau*, Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Ekologi dan Status Kesehatan. Hal.2.

cantik yang ramah, pintar bicara dan umumnya mengenakan pakaian yang seksi.⁵

Kesadaran akan potensi perempuan sebagai obyek yang digunakan dalam strategi promosi telah dimiliki oleh pelaku pemasaran sejak dulu. Erotisme Roro Mendut ketika berjualan rokok lintingannya, menggambarkan telah dikenalnya potensi perempuan dalam pemasaran, bahkan di zaman kerajaan Jawa abad ke-17. Melalui legenda Roro Mendut⁶ rupanya menjadi inspirasi insan kreatif untuk menggunakan perempuan dalam promosi rokok.⁷

Saat menjual produknya SPG rokok ini dituntut untuk tampil menarik dengan mengenakan pakaian seragam yang ketat dan baju tanpa lengan yang memperlihatkan bagian-bagian tubuhnya. Fenomena ini juga dapat ditemukan pada SPG rokok Sampoerna di Kota Padang. Bila dilihat dari fenomena tersebut tentu berdampak negatif bagi perkembangan masyarakat Kota Padang saat ini. Bagi masyarakat Minangkabau yang kuat dengan falsafah adatnya “*Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*”. Kehadiran SPG dengan pakaian seperti itu tentu saja akan mempengaruhi nilai-nilai budaya masyarakatnya.

⁵ [http://www.mediaindonesia.com/opini/SPG/Persaingan Produk Rokok](http://www.mediaindonesia.com/opini/SPG/Persaingan_Produk_Rokok) (online) (ditelusuri 22 Juni 2014)

⁶ Roro Mendut merupakan cerita rakyat yang mengisahkan tentang seorang gadis bernama Roro Mendut yang terkenal karena kecantikannya terpaksa harus membanting tulang membayar upeti yang dibebankan kepada dirinya karena telah menolak cinta dari Tumenggung Wonocitro, orang yang memiliki pengaruh di wilayah kerajaan. Untuk memenuhi upeti tersebut, Roro Mendut membuka usaha dengan cara menjual rokok lintingan. Dalam menjual rokoknya tersebut terlebih dahulu dikulum dan dihisap oleh Roro Mendut dengan gayanya yang sensual dan ditonton banyak lelaki. Semakin lama rokok di hisap Roro Mendut, semakin mahal dan banyak lelaki yang merebutnya. (YB Mangunwijaya, 2008, “*Rara Mendut: Sebuah trilogi*”, Jakarta: Gramedia)

⁷ Rahina Nugrahani. Citra Wanita Dalam Media Promosi Rokok Di Indonesia Tahun 1930-an. *Jurnal Imajinasi*. Vol 1 (2011) : 25

PT. HM Sampoerna, Tbk telah beroperasi di Kota Padang sejak tahun 1990. Pada awal pemasarannya tenaga SPG digunakan pada peluncuran produk baru yang dikeluarkan PT. HM Sampoerna, Tbk di Kota Padang. Dimana sejak tahun 1990 sampai tahun 2000 perusahaan tercatat telah empat kali meluncurkan produknya, yaitu pada tahun 1990, 1994, 1997 dan 1999. Tenaga SPG sangat berperan penting dalam mensosialisasikan dan memasarkan produk kepada masyarakat. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan berinteraksi langsung dengan konsumen. Untuk menarik minat konsumennya perusahaan melalui jasa SPG tersebut juga memberikan hadiah dan sampel rokok gratis bagi konsumen dalam promosi peluncuran produk baru tersebut. Melalui cara ini diharapkan target promosi dapat langsung mencapai sasaran yang akan berdampak pada kenaikan jumlah penjualan. Melalui SPG rokok ini juga lah memungkinkan timbulnya perokok-perokok baru dan meningkatnya frekuensi merokok para perokok.

Menyadari akan bahaya merokok maka pada tahun 2000 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah nomor 38 tahun 2000 tentang pembatasan media komunikasi promosi rokok⁸ guna mengurangi jumlah konsumen rokok. Maka PT. HM. Sampoerna, Tbk sebagai produsen rokok diharuskan mencari strategi baru dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan produknya kepada konsumen. Salah satu bentuk aktivitas promosi utama yang ditujukan kepada konsumen akhir adalah banyaknya

⁸ Peraturan tersebut mencakup media dan aktivitas promosi apa saja yang tidak diperbolehkan untuk mempromosikan produk rokok. Misalnya, adanya larangan kegiatan pemberian sampel rokok gratis dan larangan ajakan langsung untuk membeli rokok pada konsumen akhir. (Peraturan Pemerintah nomor 38 tahun 2000)

kegiatan (*event*) yang dilaksanakan perusahaan dalam skala besar secara nasional, seperti pameran maupun konser musik. Dalam *event* tersebut Sampoerna memasang produknya di setiap *stand* yang mereka tempati dengan menggunakan jasa SPG untuk menarik para pembeli.

Sebagai salah satu perusahaan rokok terbesar, PT. HM Sampoerna, Tbk khususnya yang berada di Kota Padang memiliki SPG khusus untuk setiap *event*. Hal ini disebabkan karena banyaknya acara-acara yang disponsori oleh PT. HM Sampoerna, Tbk, seperti *event sponsorship* dan acara musik yang banyak diminati oleh anak muda di kota Padang itu sendiri. Saat *event* berlangsung perusahaan banyak melibatkan SPG rokok dalam promosi dan pemasaran produknya. Inilah yang menjadikan SPG dari PT. HM Sampoerna, Tbk sedikit berbeda dibanding SPG dari perusahaan rokok lainnya.

Hal tersebut dapat peneliti temui pada saat *event sponsorship* rokok Dji Sam Soe pada penyelenggaraan *festival Dragon Boat*, pada tanggal 22 Agustus 2014, di Gor H. Agus Salim dimana perusahaan melibatkan 25 orang SPG.⁹ Hal tersebut cukup banyak dibandingkan dengan jumlah SPG Djarum yang melibatkan setidaknya 9 orang SPG dalam *event* nya.¹⁰ Dalam setiap ajang pameran, festival atau pada saat promosi produk tersebut, keberadaan para SPG rokok PT. HM Sampoerna Tbk, selalu menarik perhatian terutama kaum lelaki.

⁹ wawancara dengan Dimas (22 tahun), selaku *team leader* SPG rokok Dji Sam Soe (PT. HM Sampoerna, Tbk), pada tanggal 22 agustus 2014, di Gor H. Agus Salim.

¹⁰ wawancara dengan Febrina Helma (26 tahun) yang pernah menjadi SPG rokok Sampoerna dan Djarum pada tanggal 4 April 2015.

Kemunculan dan penggunaan perempuan sebagai simbol atau penanda bagi kepentingan kapitalis memunculkan beberapa permasalahan, antara lain dehumanisasi perempuan karena perempuan hanya dijadikan simbol-simbol tertentu atau sebagai daya tarik, hanya untuk mendapat nilai tambah yang besar secara ekonomis. Hal tersebut juga dialami oleh SPG rokok, dimana eksploitasi akan tubuh perempuan SPG digunakan sebagai daya tarik untuk mendongkrak penjualan produk perusahaan. Tak hanya tenaga kerja saja yang dieksploitasi, bahkan tubuh perempuan SPG rokok pun menjadi komoditas yang bernilai ekonomis.

Mengutip pernyataan Padang Ekspres, bahwa:

“*Sales Promotion Girl (SPG)* kerap dijadikan alat untuk dapat mendongkrak tingkat penjualan suatu produk. Dengan penampilan SPG yang seksi dan pintar merayu, membuat pelanggannya menjadi “panas dingin”. Sehingga, dengan begitu mudah, uang akan keluar dari kocek pelanggannya. Tentu saja bukan hanya kelihaiian SPG yang menjadi faktor utama untuk bisa menawarkan produk itu yang jadi tolak ukurnya. Namun, tak sedikit kemolekan tubuh SPG juga menjadi salah satu penyebab produk itu laku di pasaran”.¹¹

Ada beberapa alasan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti SPG rokok PT. HM Sampoerna, Tbk ini, yaitu *pertama*, pangsa pasar rokok di Indonesia terbesar dikuasai oleh Sampoerna-Philip Morris. Alasan *kedua* yaitu, perusahaan PT. HM Sampoerna, Tbk di kota Padang merupakan perusahaan yang sering terlibat dalam penyelenggaraan *event* di Kota Padang, sehingga banyak melibatkan SPG dalam setiap penyelenggaraan *event/festival* di kota Padang. Dimana 25 orang SPG dilibatkan dalam *event*

¹¹ Padang Ekspres, 14 September 2014. *Dongkrak Penjualan Lewat Rayuan SPG Cantik, SPG di Pusaran Salery Besar dan Cibiran Masyarakat*. Hal.5

nya, bila dibandingkan dengan SPG rokok lainnya seperti SPG rokok PT. Gudang Garam dan SPG rokok Djarum.

Banyaknya SPG dikarenakan pengusaha mampu merekrut orang yang sulit mencari kerja dan harus memenuhi kebutuhan hidup. Mereka akan menerima apa yang diarahkan demi sebuah pekerjaan.¹² Oleh perusahaan mereka diberikan target penjualan yang harus mereka penuhi. Pendapatan yang mereka terima pun tergolong fantastis. Dalam sebulan mereka bisa mendapatkan imbalan sebesar Rp. 3.000.000 hingga Rp. 5.000.000 semakin banyaknya *job* yang mereka ikuti maka semakin banyak pula imbalan yang mereka terima.¹³

Pendapatan SPG yang dihitung cukup fantastis tersebut mempengaruhi gaya hidup mereka. Pemenuhan kebutuhan hidup tidak lagi menjadi prioritas utama. SPG cenderung untuk selalu memperbaiki penampilan, baik penampilan fisik, *fashion*, maupun sikap. Penampilan (*performance*) menjadi perhatian utama, artinya seorang SPG rokok PT. HM Sampoerna Tbk harus selalu tampil menarik sehingga mereka mampu mencuri perhatian konsumen. Kebutuhan akan perbaikan penampilan pada akhirnya menjadi kebiasaan dan menjadi “syarat” utama untuk memasuki profesi ini. Adanya kebiasaan dikalangan SPG rokok PT. HM Sampoerna Tbk untuk tampil menarik dalam banyak hal, cenderung membuat mereka memiliki suatu perilaku konsumtif, artinya perilaku konsumtif kemudian

¹² m.koran-sindo.com, “sensualitas yang menjual”, (online), (<http://www.google.co.id/>, ditelusuri 5 April 2015)

¹³ Hasil wawancara dengan Ayu dan Febrina Helma, selaku SPG rokok PT. Sampoerna, pada waktu dan tempat yang berbeda.

menjadi gaya hidup mereka yang tidak lain ditujukan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.

SPG rokok Sampoerna dituntut untuk selalu memenuhi target penjualannya, untuk memenuhi target tersebut tak jarang mereka harus bekerja melebihi jam kerjanya, bahkan ada dari SPG rokok tersebut yang harus “bermain” dengan *customer* nya untuk mencapai target tersebut.¹⁴ SPG ini yang kemudian lebih dikenal dengan sebutan SPG *plus-plus*.

Berdasarkan fenomena dan fakta-fakta di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai SPG rokok. Kemudian dilihat dari perkembangannya penulisan sejarah perempuan masih terbatas, baik itu dalam penulisan skripsi maupun literatur sejarah. Umumnya sejarawan masih beranggapan bahwa tema yang terkait fenomena perempuan cenderung kurang menarik. Kajian kritis tentang perempuan justru menjamur di bidang sosiologi dan antropologi. Adapun yang menjadi fokus kajian ini diarahkan pada keadaan kehidupan SPG rokok PT. HM Sampoerna, Tbk di Kota Padang sejak tahun 1990-2014.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Kajian dari tulisan ini difokuskan kepada keadaan kehidupan SPG rokok di Kota Padang. Adapun batasan temporal dari penulisan ini adalah sejak tahun 1990-2014. Pada tahun 1990 mulai didirikannya PT. HM. Sampoerna, Tbk cabang Padang yang sekaligus juga melibatkan SPG dalam

¹⁴ wawancara dengan Febrina Helma (26 tahun) yang pernah menjadi SPG rokok Sampoerna dan Djarum pada tanggal 4 April 2015.

kegiatan promosinya. Tahun 2014 adalah batasan akhir penulisan, karena hingga sekarang ini pun penggunaan jasa SPG masih digunakan. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai *event/festival* baik yang diselenggarakan pemerintah ataupun swasta. Sementara batasan spatial adalah Kota Padang. Padang merupakan sebuah kota besar di Sumatera Barat dan Ibu Kota Provinsi. Di Padang terdapat aneka industri besar, pelabuhan, bandara, pertokoan, *mall*, serta pusat urbanisasi dengan banyak tersedianya fasilitas lapangan pekerjaan dan menjadi pusat pendidikan, yang mengakibatkan kota ini lebih terbuka bagi pendatang dan perubahan.

Agar tulisan ini lebih terarah dan mengacu pada permasalahan pokok di atas, maka penulis merumuskan permasalahan tersebut dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana bisnis industri rokok PT. HM. Sampoerna, Tbk memunculkan fenomena SPG di Kota Padang?
2. Bagaimana perkembangan SPG rokok PT. HM. Sampoerna, Tbk di Kota Padang sejak tahun 1990-2014?
3. Bagaimana dampak perempuan bekerja sebagai SPG rokok terhadap gaya hidup (*life style*) mereka?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan bisnis industri rokok PT. HM. Sampoerna, Tbk memunculkan fenomena SPG di Kota Padang

2. Menjelaskan perkembangan SPG rokok PT. HM. Sampoerna Tbk di Kota Padang sejak tahun 1990-2014.
3. Mendeskripsikan dampak perempuan bekerja sebagai SPG rokok terhadap gaya hidup (*life style*) mereka.

Manfaat Penelitian:

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur/khasanah perpustakaan dalam kajian sejarah wanita terutama mengenai tema kelompok sosial wanita.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana meningkatkan kreatifitas dan motivasi bagi peneliti untuk menghasilkan karya-karya yang lebih baik.

D. Tinjauan Pustaka

1. Studi Relevan

Sejauh ini penelitian mengenai SPG rokok yang penulis temui adalah: *pertama*, skripsi dari Kartika Sari, Jurusan Sosiologi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNAND, tahun 2009, dengan judul: Persepsi Masyarakat Terhadap *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok (Studi Kasus: SPG di Plaza Andalas Padang) yang mengangkat tentang persepsi masyarakat yang timbul terhadap SPG rokok ada persepsi positif dan ada persepsi negatif. Hal ini

dikarenakan cara penilaian yang dipengaruhi pengamatan, pengalaman dan pengetahuan masyarakat itu sendiri dan akan mempengaruhi sikap serta ganjaran yang diberikan terhadap SPG rokok. Persepsi positif yang timbul berhubungan dari segi ekonomi dan lapangan pekerjaan. Sedangkan persepsi negatif timbul karena segi adat dan budaya yang melekat di masyarakat Kota Padang yang berhubungan dengan cara berpakaian SPG rokok, cara berbicara dan tingkah laku. Tulisan ini hanya terfokus dalam menjelaskan persepsi masyarakat terhadap SPG rokok di Kota Padang.

Kedua, dari Jurnal Komunitas, Universitas Negeri Semarang oleh Nur Afta Lestari dengan judul: *Eksplorasi Pada Perempuan Sales Promotion Girl* yang membahas tentang profil perempuan yang bekerja sebagai SPG rokok dan minuman dan melihat bentuk eksploitasi yang dialaminya. 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, upah yang rendah, serta tidak terpenuhinya hak-hak pekerja perempuan tentang keselamatan dan hak untuk cuti. Dalam hal ini maka kepedulian terhadap perempuan bekerja hendaklah ditingkatkan. Tulisan ini hanya memfokuskan bentuk eksploitasi yang diterima oleh perempuan yang bekerja sebagai SPG dan tidak adanya jaminan dan perlindungan hukum yang didapatkan mereka dari pihak yang mempekerjakannya.

Ketiga, skripsi dari Herlin Putri Utami, Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata (2008) dengan judul : Perilaku Konsumtif pada *Sales Promotion Girl* (SPG) di Tinjau dari Gaya Hidup Hedonis. Penelitiannya menjelaskan bagaimana hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada SPG. Tulisan ini hanya membahas bagaimana gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif SPG. Semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi.

Ketiga tulisan di atas tidak membicarakan tentang perkembangan SPG rokok dan kehidupan perempuan SPG rokok di Kota Padang. Belum adanya penelitian jurusan sejarah tentang hal ini, maka dari itu penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan kehidupan perempuan SPG rokok di Kota Padang terutama mengangkat masalah pekerja perempuan dengan ruang lingkup kelompok sosial perempuan.

2. Kerangka Konseptual

a. Perempuan dan Dunia Kerja

Pengertian Perempuan secara etimologis berasal dari kata empu yang berarti “tuan”, orang yang mahir atau berkuasa, kepala, hulu, yang paling

besar.¹⁵ Namun dalam bukunya Zaitunah Subhan¹⁶ perempuan berasal dari kata empu yang artinya dihargai.¹⁷

Dunia Kerja adalah lingkungan atau lapangan kegiatan seseorang untuk menyelesaikan atau mengerjakan sesuatu yang menghasilkan alat pemenuhan kebutuhan yang ada seperti barang atau jasa dan memperoleh bayaran atau upah.

Perubahan sosial ekonomi dewasa ini membuat perempuan tidak hanya berperan di sektor domestik melainkan juga merambah ke sektor publik. Perempuan dan dunia kerja adalah sesuatu hal yang tidak dapat dipisahkan saat ini. Terbukanya kesempatan kerja bagi perempuan maka keterlibatan perempuan di dunia kerja juga semakin besar. Perempuan bekerja bukan hanya sebagai faktor pendukung finansial keluarga melainkan juga menambah pengalamannya. Daftar kebutuhan sekunder, tersier, bahkan luks semakin tak terbatas. Disinilah kita menyaksikan betapa dengan perkembangan ini, kebutuhan keluarga kemudian tidak bisa lagi ditopang oleh satu kaki (yaitu laki-laki).¹⁸

Sebagai individu perempuan memiliki harapan-harapan, kebutuhan-kebutuhan, minat dan potensinya sendiri. Hal ini pada gilirannya telah

¹⁵ Herman Saksono, *Pusat Studi wanita* (<http://www.yahoo.com>, diakses 24 September 2014)

¹⁶ Zaitunah Subhan. 2004. *Qodrat Perempuan Taqdir atau Mitos*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren. hal 1

¹⁷ Dalam tulisan ini, penulis menggunakan istilah perempuan karena penggunaan istilah perempuan lebih halus dibandingkan dengan menggunakan istilah wanita. Dalam etimologi Jawa, kata wanita berasal dari frasa 'Wani Ditoto' atau berani diatur. Sebutan wanita dimaknai berdasarkan kemampuannya untuk tunduk dan patuh pada lelaki sesuai dengan perkembangan budaya di tanah Jawa pada masa tersebut.

¹⁸ Siti Muslikhati. 2004. *Feminisme dan pemberdayaan perempuan dalam timbangan Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. hal 25

mendorong atau memotivasi perempuan untuk bertindak. Untuk mengetahui motivasi seseorang perlu diperhatikan riwayat, struktur dan kepribadian pada saat perbuatan tersebut berlangsung.¹⁹ Motivasi perilaku seseorang tidak semata-mata muncul dari dalam diri individu, tetapi juga dari desakan eksternal berupa norma-norma atau nilai-nilai masyarakat. Ada beberapa penyebab seorang melakukan tindakan yaitu:

1. Profit

Profit yang dimaksud disini adalah keuntungan materi yang diperoleh dari pekerjaan. Perilaku untuk memperoleh profit umumnya dapat diartikan sebagai usaha memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari apa yang dikerjakan. Upah yang didapat bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan lain seperti: sewa rumah, alat-alat elektronik, dan lain-lain. Oleh karena itu, dalam bekerja individu selalu berusaha melakukan tindakan yang menghasilkan uang melebihi standar.

2. Kekayaan

Tujuan motif ini adalah untuk memperoleh kekayaan, selain untuk menutupi biaya-biaya lain, keuntungan yang diperoleh dari bekerja juga harus dapat dikumpulkan sebagai kekayaan, motif ini muncul bukan semata dari dorongan lingkungan masyarakat yang konsumtif, tetapi juga dari alasan diri yang merupakan suatu tekad yakni menjadi orang kaya.

¹⁹ Gerungen. 1972. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Etiska. hal.79.

3. Prestise

Di dalam memahami kebutuhan hidup, ada diantara masyarakat berpendapat bahwa pilihan jenis pekerjaan, sarana pekerjaan, dan penampilan kerja merupakan sebagian unsur-unsur yang bisa meningkatkan prestise.

b. Sektor Informal

Fenomena ekonomi yang banyak terdapat pada masyarakat sedang berkembang adalah munculnya sektor ekonomi informal. Sektor ini meliputi semua aktivitas yang menghasilkan pendapatan yang tidak diatur oleh negara dalam lingkungan sosial. Istilah “sektor informal” pertama kali dikembangkan oleh Hart, bermula dari penggambaran kehidupan angkatan kerja perkotaan yang berada di luar pasar tenaga kerja yang terorganisir.²⁰ Pengertian dari sektor pekerjaan yang kurang terorganisir itu mencakup pengertian yang seringkali diistilahkan secara umum dengan “usaha sendiri”. Suatu jenis pekerjaan yang sulit dicacah, karena itu sering dilupakan dalam sensus resmi, serta akhirnya merupakan kesempatan kerja yang persyaratan kerjanya jarang dijangkau oleh aturan-aturan hukum.

c. SPG, Budaya dan Eksploitasi

Pada dasarnya pengertian SPG antara lain: Secara penggunaan bahasa, menurut Poerwodarminto, SPG merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Profesi ini biasanya menggunakan

²⁰ Vedi R Hadiz, Masalah Sektor Informal Bagaikan Pedang Bermata Dua, *Buletin Bina Desa*. no 57, 1987.

wanita yang mempunyai karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen.²¹

Budaya dapat diartikan dengan kebiasaan. Kebudayaan dihasilkan oleh masyarakat, dan tidak ada masyarakat yang tidak berbudaya. Budaya ada karena adanya masyarakat. Struktur budaya dalam suatu masyarakat tidak selalu bersifat tetap/konsisten, namun dapat mengalami perubahan. Perubahan tersebut merupakan proses wajar dan akan berlangsung terus menerus.

Sedangkan istilah eksploitasi secara sederhana diartikan sebagai pemanfaatan titik lemah satu pihak oleh pihak lain sebagai alat untuk meraih tujuannya sendiri dengan biaya (expense) dari pihak yang dimanfaatkan tersebut. Eksploitasi terhadap perempuan bisa dilihat dari segi fisik, misalnya penderitaan yang menimpa para buruh perempuan yang memperoleh gaji lebih rendah dengan jam kerja yang sama dengan buruh pria. Namun eksploitasi juga bisa dilihat dari segi lain, yakni penggunaan tubuh perempuan sebagai alat untuk mendatangkan untung sebesar-besarnya.

Pada dasarnya walaupun saat ini telah banyak perempuan yang bekerja. Namun pada umumnya keberadaan perempuan di dunia kerja masih mengalami diskriminasi dan ketertindasan. Seperti halnya pekerjaan SPG rokok, dimana tubuh perempuan di eksploitasi guna meningkatkan jumlah penjualan produknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pada saat ini perempuan masih mengalami ketertindasan. Feminis Marxis Sosialis percaya

²¹ Poerwodarminto. 1987. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. hal.198

bahwa kapitalisme dan budaya patriarki merupakan sumber penindasan pada perempuan.

Secara keseluruhan penelitian ini termasuk dalam kajian sejarah perempuan dengan melihat fenomena kelompok sosial yaitu SPG rokok. dalam kajian sejarah perempuan mempunyai garapan yang sangat luas dan beragam. Baik itu dengan tema tentang peranan wanita dalam berbagai sector social-ekonomi, biografi atau prosopografi wanita yang mempunyai konotasi kemandirian, gerakan wanita, gambaran wanita, budaya wanita, hubungan laki-laki dan wanita, dan kelompok-kelompok wanita.

d. Gaya Hidup (*Life Style*)

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Oleh karenanya, hal ini berhubungan dengan tindakan dan perilaku sejak lahir.²² Gaya hidup bisa merupakan identitas kelompok. Gaya hidup setiap kelompok akan mempunyai ciri-ciri unit tersendiri. Jika terjadi perubahan gaya hidup dalam suatu kelompok maka akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek.

Hal ini di dukung perubahan yang cepat dalam teknologi informasi telah merubah budaya sebagian masyarakat dunia terutama yang tinggal di perkotaan. Khususnya masyarakat perkotaan yang memiliki akses terhadap informasi, merupakan kelompok masyarakat yang langsung terkena pengaruh

²² Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku konsumen*. Bogor:Kencana. Hal 148

budaya global. Akses informasi dapat di peroleh melalui media cetak massa maupun elektronik, internet, televisi, dan berbagai teknologi yang sudah tersedia, sehingga memberikan kemudahan pada masyarakat dalam menentukan gaya hidup yang diinginkan.\

Di mana kemunculan gaya hidup pada masyarakat sekarang ini merupakan implikasi langsung dari meningkatnya pertukaran dagang, masuknya berbagai kebudayaan, dan berbagai hal lainnya. Hal-hal tersebut menyebabkan membanjirnya barang – barang konsumsi dan informasi. Ini membuat masyarakat di seluruh dunia menjadi tergantung dalam semua aspek kehidupan mulai dari politik, ekonomi, sosial, dan aspek lainnya.

Ada kenyataan yang mendukung bahwa masyarakat yang tinggal di kota, ditantang oleh cara-cara berpikir dan perilaku yang tidak di bungkus oleh kesopanan, sehingga mereka mengembangkan suatu toleransi dan selera terhadap apa yang terbaru (*novelty*). Ini berlatar belakang pada rasa tidak aman dalam bersaing, maka terciptalah rasa ketidaktetapan (*impermanence*) dan selera coba-coba (*tent ativeness*). Dua arus pengaruh ini menimbulkan gejala yang disebut mode (*fashion of style*) yang nampak jelas pada pakaian, mebeler, seni, pendidikan, hiburan, juga pada aspek keagamaan dan pemerintahan.²³

²³ Daldjoeni. 1997. *Seluk Beluk Masyarakat Kota* . Bandung: PT.Alumni. Hal 76.

3. Teoritis

Perempuan telah terhegemoni oleh kepentingan bisnis kapitalis. Akibat terbiasa untuk dieksploitasi, perempuan termanjakan melalui dunia yang sebenarnya tidak memberikan kebebasan yang lebih besar dari peran domestiknya. Eksploitasi bisnis atas perempuan tidak pernah memunculkan pemberontakan yang berarti, tidak ada revolusi radikal, bahkan keluhan kecil-kecilan pun tidak terdengar dari mereka. Suara-suara lantang justru datang dari luar, menyuarakan keprihatinan atas pembodohan perempuan. Boleh jadi karena mereka mendapatkan imbalan yang sepadan.

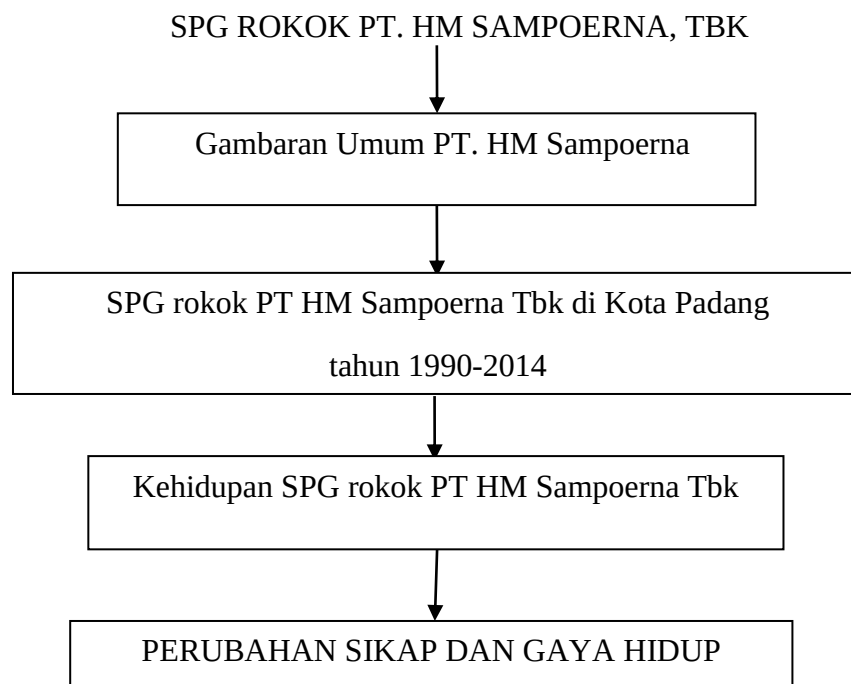
Hegemoni seperti yang diungkapkan Antonio Gramsci, merupakan suatu mekanisme penguasaan suatu wilayah mental umum atau kesadaran yang lebih bersifat rayuan tanpa paksaan, hingga membentuk kesukarelaan. Hegemoni bekerja melalui saluran kultural. Dalam kebudayaan suatu mental dibentuk oleh adanya nilai yang dijunjung. Dalam lingkungan industri, misalnya kelas pekerja tanpa sadar telah menerima kebudayaan kapitalis yang pada akhirnya membuat mereka kehilangan kebudayaan kelas mereka sendiri. Dalam hegemoni, kelompok yang mendominasi berhasil mempengaruhi kelompok yang didominasi untuk menerima nilai-nilai moral, politik, dan budaya dari kelompok dominan. Hegemoni diterima sebagai sesuatu yang wajar, sehingga ideologi kelompok dominan dapat menyebar dan dipraktikkan.

Begitu juga dengan fenomena SPG rokok yang ada di Kota Padang, dimana mereka tanpa sadar telah dimanfaatkan oleh kepentingan kelas

penguasa atau pemilik modal. Eksploitasi akan tubuh SPG rokok pun digunakan sebagai daya tarik hanya untuk menambah nilai ekonomis dari produk tersebut yang tujuannya adalah untuk mendongkrak penjualan produk untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Masuknya perempuan kedalam sektor ini juga berpengaruh terhadap mereka. Akibat terbiasa di eksploitasi sehingga mempengaruhi sikap dan penampilan mereka dalam kehidupan sehari-hari yang mana hal ini juga berdampak terhadap perubahan gaya hidup mereka.

4. Kerangka Berfikir

Bagan 1. Kerangka Berfikir Tentang Fokus Penelitian



E. Metode dan Teknik Penelitian

1. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode historis. Metode historis adalah proses pengujian dan menganalisis secara kritis rekaman peninggalan pada masa lampau.²⁴ Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Heuristik

Heuristik merupakan proses pengumpulan sumber-sumber sejarah yang berkaitan dengan masalah yang akan dikaji. Pada tahap ini penulis mencari dan mengumpulkan berbagai sumber yang dianggap relevan dengan pokok kajian yang akan ditulis. Pada tahap ini digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui berbagai wawancara dengan narasumber dan pihak terkait lainnya, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*).

Adapun kriteria informan yang akan diwawancarai adalah 10 orang SPG rokok yang telah berpengalaman dalam menjadi SPG rokok Sampoerna dan minimal satu tahun menjalankan profesi ini, serta dua orang *team leader*, serta pihak-pihak yang terkait dengan SPG rokok Sampoerna. Wawancara dilakukan dengan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan pokok yang dirancang sebelumnya.²⁵ Fokus wawancara adalah sekitar perempuan SPG rokok PT. HM Sampoerna, Tbk. Prosedur wawancara sangat ditentukan oleh situasi

²⁴ Louis Gottschalk. 1986. *Mengerti Sejarah*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, hal.32.

²⁵ Tatang Amirin. 1990. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. hal. 86

tetapi dalam hal ini wawancara tidak terstruktur merupakan sebuah model yang santai dan tidak kaku yang baik untuk dipakai.²⁶

Selain itu penulis juga melakukan observasi langsung ke lapangan untuk mencari dan menemukan data yang akurat.²⁷ Sumber lain yang menunjang penelitian ini adalah berupa buku-buku, artikel, jurnal, koran, dan sumber tertulis dari internet. Khususnya studi literatur tentang SPG rokok. Data ini didapat juga melalui studi kepustakaan, yaitu Pustaka Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas, Pustaka Wilayah Sumbar, Pustaka Pusat Universitas Negeri Padang, Pustaka Fakultas Ilmu Sosial dan labor atau Ruang Baca Sejarah Universitas Negeri Padang seperti panduan penulisan proposal sejarah, metode penelitian sejarah, metodologi sejarah yang mendukung penelitian ini.

b. Kritik Sumber

Kritik merupakan proses analisis sumber yang dilakukan terhadap sumber sejarah. Dalam tahap ini penulis melakukan penelitian terhadap sumber sejarah yang sudah diperoleh yang dianggap relevan dengan judul penelitian. Dengan demikian penulis telah melakukan kritik intern terhadap

²⁶ Model wawancara tidak terstruktur ini disebut juga dengan wawancara informal atau lebih baik disebut “berbincang-bincang secara bebas” meskipun pertanyaannya sudah dipersiapkan sedemikian rupa, tetapi jawaban yang diperoleh tidak dapat diduga atau diketahui sama sekali sebelum wawancara dilakukan. Mestika Zed, “Metodologi Sejarah” UNP: Padang.1999

²⁷ Data yang di observasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, dan tindakan , keseluruhan interaksi manusia. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Conny. R. Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grafindo. Hal 112.

sumber-sumber yang diperoleh. Menurut Helius Sjamsuddin,²⁸ kritik intern lebih menekankan kepada isi dari sumber sejarah. Sejarawan harus mampu menilai apakah kesaksian atau data yang telah diperoleh dari berbagai sumber itu dapat diandalkan atau tidak.

c. Analisis, sintesis dan Interpretasi

Interpretasi merupakan tahap untuk menafsirkan fakta-fakta yang terkumpul dengan cara mengolah fakta yang telah dikritisi dengan merujuk beberapa referensi yang mendukung peristiwa yang menjadi kajian penulis. Pada tahap ini penulis memberikan penafsiran terhadap fakta-fakta yang diperoleh selama penelitian, memberikan makna terhadap fakta-fakta yang diperoleh yang telah dihubungkan dan dianalisa sebelumnya.

d. Historiografi

Historiografi merupakan tahap penulisan sejarah. Tahap penulisan sejarah setelah melewati tahap pengumpulan sumber-sumber sejarah yang ditemukan, analisis dan memberikan penafsiran. Setelah itu fakta-fakta sejarah tersebut disajikan menjadi sebuah kesatuan yang tersusun dalam bentuk karya tulis (skripsi) dengan judul “Kehidupan Perempuan Dalam Sektor Informal: Studi tentang *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok PT. HM. Sampoerna di Kota Padang (tahun 1990-2014)”.

²⁸ Helius Sjamsuddin. *Metodologi Sejarah*. Jakarta : Proyek Pendidikan Tenaga Akademik. Hal 11.