

BAB II

Gambaran Umum *Sales Promotion Girls*

A. Identitas

Sales Promotion Girl merupakan ujung tombak perusahaan untuk 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. SPG juga berperan untuk promosi seperti memberitahukan, mengingatkan dan membujuk pembeli dalam proses pembelian.

Secara umum, usia SPG adalah dalam rentang antara 17 tahun sampai 35 tahun. Latar belakang pendidikan kebanyakan SPG adalah setingkat SMA (Sekolah Menengah Atas). Kebanyakan SPG berasal dari kelas menengah kebawah dilihat dari status sosial-ekonominya.

Pada hakikatnya SPG juga harus memiliki kemampuan dalam menghafal dan menjelaskan kelebihan produk yang akan dipromosikannya. Untuk menjaga penampilannya maka SPG diwajibkan menjaga penampilan fisiknya seperti wajah dan tubuh agar selalu tampil menarik. Selain penampilan SPG juga harus mengembangkan kemampuan berkomunikasi yang baik dengan calon pembeli. Untuk menjadi SPG yang professional, mereka dituntut memiliki syarat umum yaitu seperti *Attitude* (sikap) yang baik, mau selalu belajar untuk meningkatkan

Knowledge (pengetahuan), dan mau selalu berlatih untuk meningkatkan *Skill* (keahlian).

Sales Promotion Girl dibedakan menjadi dua kategori yaitu *SPG event* dan *SPG regular*, perbedaan tersebut terletak pada sistem kerjanya. *SPG event* bekerja hanya waktu *event* yang akan digelar saja, namun berbeda dengan *SPG regular* mereka telah terikat kontrak dalam jangka waktu tertentu. Namun kedua kategori tersebut memiliki persamaan yaitu diberikan sistem target penjualan.

B. Motif

Setiap tindakan manusia memiliki motif untuk mencapai suatu tujuan. Purwanto (1984), menyatakan bahwa motif menunjukkan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut mau bertindak melakukan sesuatu. Sedangkan Suryabrata (1984) menyatakan bahwa motif merupakan suatu keadaan dalam pribadi individu yang mendorong individu melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.

Motif utama yang melatarbelakangi kebanyakan dari mereka yang memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* adalah motif ekonomi, yaitu untuk mendapatkan tambahan penghasilan sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan sehari-hari. Sebagian besar *sales promotion girl* yang sudah berkeluarga harus memenuhi kebutuhan dan menafkahi keluarganya, karena pendapatan suami tidak mencukupi sehingga mereka harus ikut bekerja. Sedangkan menurut pengakuan mereka yang belum menikah, meskipun mereka masih mendapatkan uang dari orangtua namun karena semakin tingginya

kebutuhan sehari-hari dan biaya kuliah serta biaya hidup yang serba mahal, maka membuat mereka harus bekerja untuk menambah penghasilan. Tetapi ada juga mereka yang memilih bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* karena gaji/fee yang lumayan besar sehingga kebutuhan sehari-hari dapat dengan mudah terpenuhi.

Bekerja merupakan salah satu cara atau sarana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Motif lain yang mendorong untuk bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* adalah keinginan mereka untuk bergaul dan menambah teman sebanyak mungkin. Dengan kata lain, bekerja adalah sebagai pengisi aktivitas atau kesibukan sekaligus sebagai tempat bergaul dan berkumpul dengan sesamanya. Kebanyakan dari mereka memilih menjadi SPG karena pengaruh teman atau karena melihat teman yang berhasil sebagai SPG.

Motif lain dalam memilih profesi SPG adalah karena pekerjaan ini tidak menuntut persyaratan pendidikan dan keahlian yang tinggi, lebih mengandalkan penampilan fisik, serta waktu kerjanya relatif fleksibel.

Selain motif yang telah disebutkan di atas, keterangan yang diperoleh dari para informan menunjukkan motif seseorang menjadi SPG cukup bervariasi, mulai dari untuk menunjukkan eksistensi diri, menambah ketrampilan diri, agar bisa berkomunikasi dengan orang lain, untuk memahami karakteristik orang lain, untuk menambah wawasan, untuk menambah jaringan relasi yang luas, sebagai batu loncatan untuk pekerjaan lain atau mendapatkan peluang bisnis.

C. Kriteria

Menurut keterangan para informan ada beberapa persyaratan dan kriteria umum dalam perekrutan untuk menjadi *sales promotion girl*, 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.

Menurut Carter (1999:37), kebutuhan perusahaan terhadap tenaga *Sales Promotion Girl* disesuaikan dengan karakteristik suatu produk yang akan dipasarkan. Seorang *Sales Promotion Girl* dituntut untuk mempunyai tingkat kecerdasan yang memadai terutama terhadap pengetahuan produk yang dipromosikan atau dipasarkan selain mempunyai penampilan fisik yang mendukung terhadap karakter produk (Darmono 1998:35).

Menurut Raharti (2001:223), terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh *sales promotion girl*, yaitu:

1. *Performance*

Merupakan tampilan fisik yang dapat diindera dengan menggunakan penglihatan. Dalam perspektif ini, *performance* juga mengilustrasikan tentang pembawaan seseorang. Pembawaan ini diukur dari penampilan fisik dan *dress code*.

2. *Communicating Style*

Kemampuan berkomunikasi merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh seorang SPG karena melalui komunikasi ini akan mampu tercipta interaksi antara konsumen, SPG, dan produk yang ditawarkan. SPG dituntut untuk dapat berkomunikasi yang baik saat menjelaskan keunggulan produknya di depan calon pembeli.

3. *Body Language*

Lebih mengarah pada gerakan fisik (lemah lembut, lemah gemulai, dan lainnya). Gerak tubuh ketika menawarkan produk dan sentuhan fisik (*body touch*) adalah deskripsi dari *body language* ini. Dengan *body language* yang tepat *sales promotion girl* diharapkan mampu menciptakan persepsi yang baik tentang produk yang diiklankan, dan akan diikuti dengan keputusan pembelian.

Profesionalisme seseorang *sales promotion girl* dapat dinilai dari tiga hal pokok yaitu *skill*, *knowledge* dan *attitude*.

1. *Skill*

Profesionalisme dalam bekerja harus mempunyai *skill* yang dikuasai oleh *sales promotion girl*, diantaranya sebagai berikut:

a. *Selling*

Sales Promotion Girl harus memiliki keahlian menjual, karena makin banyak penjualan artinya makin banyak komisi yang didapatkan SPG. Beberapa produk menerapkan sistem target untuk para SPGnya.

b. *Communication Skill*

Dalam hal ini komunikasi sangat penting, SPG diuntut untuk berkomunikasi yang baik saat menjelaskan keunggulan produknya di depan calon *customer*. Namun komunikasi disini tidak selalu tentang bicara melainkan komunikasi juga tentang cara mendengarkan, seperti mendengarkan apa yang dikatakan calon pembeli tentang produk yang akan dijual dan mendengarkan keluhan *customer* tentang produk lain yang pernah membuat *customer* tersebut kecewa. Mendengarkan tentang apa yang diinginkan oleh *customer* dari produk yang SPG jual dan memberikan solusi dan alasan mengapa *customer* harus membeli produk yang ditawarkan oleh SPG.

c. Bahasa Asing

Keahlian dalam menguasai bahasa asing tidak diharuskan kepada SPG, namun jika SPG tersebut menguasai bahasa asing minimal bahasa Inggris, akan menjadi nilai plus dalam sebuah promosi.

2. *Knowledge*

Pengetahuan dalam suatu produk sangat penting dalam profesi seorang *sales promotion girl*, karena masyarakat lebih melihat bahwa SPG sebagai sarana dalam mempromosikan produk dimana tujuan utamanya untuk lebih memperkenalkan produk kepada konsumen secara langsung. Oleh sebab itu maka *sales promotion girl* harus paham betul dan

menguasai seluk beluk keunggulan dan kelemahan akan produk tersebut agar bisa menjelaskan kepada konsumen secara detail.

3. *Attitude*

Attitude adalah sikap, tingkah laku atau perilaku seseorang dalam berinteraksi ataupun berkomunikasi dengan sesama manusia. Seorang *sales promotion girl* juga harus memiliki *attitude* yang baik dalam menjalankan tugasnya terhadap konsumen dan dalam kehidupan sehari-hari. Seorang SPG juga bukan hanya harus menjaga sikapnya di dalam area perusahaan atau area penawaran produk saja, tetapi juga harus menjaga sikapnya ketika berada diluar. Apabila ada seorang SPG terlihat mengenakan seragam yang menyimbolkan produk tertentu sedang melakukan perbuatan hal negatif, maka dampaknya akan sampai ke perusahaan dan bisa merusak citra perusahaan.

Seorang *sales promotion girl* harus pandai berkomunikasi dengan pembeli atau pelanggan (*customer*) agar ia memberikan respon positif pada produk yang kita tawarkan. Ramah, murah senyum, lembut, sabar, sopan dan menjaga emosi, bahwa itulah karakter dasar yang harus diterapkan pada seorang SPG. Mengapa menjaga emosi juga harus diterapkan dalam *attitude* karena customer yang akan dihadapi sangat beraneka ragam.

D. Kategori dan sistem pembayaran *sales promotion girl* (SPG)

Sales Promotion Girl sebagai bagian dari kampanye produk suatu perusahaan melakukan pekerjaannya secara bervariasi, dan itu membuat jenis SPG juga beragam. Ada SPG yang bekerja secara tetap, ada yang hanya dikontrak sesuai lamanya sebuah event pameran misalnya, ada yang menjalankan pekerjaannya di suatu tempat, tetapi ada juga yang berpindah-pindah. Secara umum, *Sales Promotion Girl* dikategorikan menjadi tiga yaitu SPG Reguler, SPG Event, SPG Mobile.

1. SPG (*Sales promotion Girl*) Reguler

Sales Promotion Girl reguler adalah SPG yang bekerja di perusahaan seperti SPG reguler di supermarket diantaranya Carrefour, Giant, Hypermart, dan lain-lain. Mereka dibayar dengan sistem gaji dan insentif penjualan. Gaji SPG Reguler biasanya sesuai dengan jumlah UMP atau Upah Minimum Regional ditambah insentif. Selain gaji pokok, bonus penjualan menjadi hal yang menarik untuk pada SPG Reguler.

2. SPG (*Sales Promotion Girl*) Event

Sales Promotion Girl Event selalu menarik perhatian yang ingin mencoba profesi SPG ini karena tidak dituntut untuk bekerja sebulan penuh dan bekerja hanya jika ada *event*. Setiap event berlangsung biasanya satu sampai tiga hari namun kadang bisa lebih lama. Sistem pembayaran atau *fee* dibayarkan perhari berkisar minimal antara 150.000 sampai 200.000 atau bahkan bisa lebih, tergantung dari suatu besarnya *event*.

3. SPG (*Sales Promotion Girl*) *Mobile*

Sales Promotion Girl Mobile biasanya dikontrak oleh suatu *Brand*, dan kebanyakan dari *brand* rokok. Namun sekarang SPG *Mobile* bukan hanya SPG rokok saja melainkan juga *Brand Provider* ponsel dan sudah banyak yang memakai jasa SPG *Mobile*. Dalam proses pelaksanaan, SPG *Mobile* tidak serta terjun langsung melainkan mereka ditemani oleh *Team Leader* (TL) dan sudah ditentukan areanya masing-masing. Tugas dari SPG *Mobile* tersebut berjualan dan diawasi oleh seorang *Team Leader*. Pembayaran atau *fee* SPG *Mobile* berkisar minimal antara 200.000 sampai dengan 350.000 perhari namun bisa lebih dan kontrak mereka biasanya sekitar tiga bulan. Sistem pembayaran atau *fee* biasanya perdua minggu atau sampai perbulan.

Dari ketiga kategori tersebut memiliki persamaan yaitu diberikan sistem target penjualan. SPG *event* di kota Yogyakarta dihitung per-*shift* dalam enam sampai delapan jam perhari minimum *fee* sebesar Rp 125.000 - Rp 150.000 namun bisa lebih, tergantung masing-masing dari *event* perusahaan tersebut.

E. Tahapan Tugas

Tugas *Sales Promotion Girl* secara umum adalah menawarkan, mempromosikan, menjual dan memberikan penjelasan tentang produk tersebut. Tugas seorang SPG yang utamanya adalah menjadi seseorang yang mampu

menarik perhatian pengunjung. Tahapan-tahapan tugas SPG adalah sebagai berikut:

1. *See*

Seorang pengunjung akan selalu melihat-lihat dulu sebelum memutuskan untuk membeli, posisi SPG sudah pasti harus menarik dari segi fisiknya.

2. *Touch*

Setelah berhasil menarik perhatian pengunjung untuk datang ke *standnya*, ini kesempatan bagi SPG untuk memberikan penjelasan kepada pengunjung tentang barang yang dijualnya dan memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk melihat kondisi barang yang ditawarkan.

3. *Feel Different*

Pada saat pengunjung sudah mau mendatangi *stand* dan mau mencoba barang yang ditawarkan, ini waktunya bagi SPG untuk memberikan penjelasan tentang keunggulan dan manfaat barang yang dijualnya kepada pengunjung.

4. *Buy*

Kombinasi antara daya tarik fisik dan kemampuan komunikasi SPG dengan pengunjung dalam memberikan penjelasan tentang barang yang dijualnya membuat pengunjung akhirnya mengambil keputusan untuk membeli.

Sedangkan menurut Royan (2009), ada empat poin utama tugas seorang SPG yaitu:

1) *Promosi*

Pekerjaan paling utama seorang *sales promotion girl* adalah mempromosikan produknya agar dikenali oleh konsumen.

2) *Selling*

Jika setelah mempromosikan suatu produk dan konsumen tertarik untuk membeli maka SPG wajib menjual produk tersebut.

3) *Merchandising*

Selain berpromosi SPG juga memiliki pekerjaan untuk melakukan *merchandising*. SPG juga harus membuat *display* produk sedemikian rupa agar terjadi pembelian tak terencana oleh konsumennya. Rancangan *display* atau tampilan yang menarik agar setiap konsumen yang lewat akan tertarik untuk mendekat. Perusahaan telah menentukan standar penataan produk pajangan yang dapat disesuaikan dengan kondisi di ruang toko. *Merchandising* penting untuk dilakukan dengan sebaik mungkin agar produk diperhatikan oleh konsumen.

4) *Persediaan produk dan rotasi stok*

Perusahaan akan menanggung banyak kerugian jika konsumen tidak mendapatkan produk karena barang ternyata tidak ada. Oleh karena itu SPG bertanggung jawab terhadap ketersediaan stok ini sebab jika diabaikan akan menyebabkan berpindahya konsumen pada pruduk lain.

F. Informasi Pekerjaan

Pada umumnya, kebanyakan SPG memperoleh informasi tentang pekerjaan dari jaringan pertemanan, tetapi ada juga yang mengetahuinya dari lowongan pekerjaan yang dimuat di media massa. Sebagian SPG langsung mencari pekerjaannya melalui agensi, seperti yang disampaikan oleh salah seorang narasumber menurut mbak niken mengatakan

“Nah pertama kan awalnya mungkin dari satu orang, maksudnya tu gini awalnya kan saya ikut agency nah di situ kan saya sudah rutin tapi kan karena kita kerjanya kita gak hanya di lapangan kita bekerja kan kita juga ketemu banyak temen-temen SPG yang lain, mungkin dari *agency* lain. Nah awalnya kan dari adek trus setelah itu berkembang ya kan kita punya kenalan banyak, kita punya temen banyak nah mulai lah dari situ dapet informasi dapet job juga, nah dari agency nya kan rutin ngasih *job* tiap *weekend*, trus setelah kita ketemu banyak temen kita kenal temen-temen yang lain, kita tukar kontak, ntah sms, ntah telepon, ntah pin, nah dari situ informasi *job* kan semakin banyak kan, nah ya udah kita usaha lagi untk masukin cv lagi ke lowongan itu, di *job* itu, di *event* itu, nah gitu, ya pokoknya dari mulut kemulut gitu biasanya”.

Setiap proses perekrutan *sales promotion girl* dalam perusahaan berbeda-beda, ada yang lebih mengutamakan kualitas dalam pengetahuan namun ada pula rasa saling percaya. Dalam hal ini yang membedakan sebuah perusahaan itu apakah mampu menjalankan fungsinya dengan baik dan benar, namun bagi *brand* besar akan sangat teliti dalam memilih SPG. Proses ini diterapkan karena SPG selain membantu meningkatkan penjualan juga sebagai citra perusahaan.

Pengguna jasa SPG tidak begitu saja melepaskan SPG ke lokasi *event* tanpa dibekali pengetahuan dan keahlian. Baik SPG maupun pengguna jasa menjelaskan bahwa terdapat sistem *training* yang wajib dilaksanakan. Sistem *training* ini dilaksanakan di dalam dan luar ruangan. *Training* di dalam ruangan

untuk meningkatkan keahlian, penjabaran hak dan kewajiban selama bekerja dan tata karma dalam bekerja sedangkan di luar ruangan di tekankan pada prinsip-prinsip bekerja saat di lokasi *event*, bertemu dengan calon konsumen dan cara pelayanan yang baik. Sistem *training* inilah diharapkan mampu meningkatkan kinerja SPG yang telah di rekrut.

