

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara pengonsumsi rokok terbesar di dunia, dan terdapat 1.664 perusahaan rokok (duniaindustri.com, 2015). Menurut penuturan salah satu *agency* rokok di wilayah Jakarta, perusahaan rokok memerlukan adanya SPG karena target konsumen mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Tujuannya adalah untuk melakukan interaksi secara langsung dengan konsumen untuk memberikan informasi serta menarik minat konsumen agar membeli produk rokok yang ditawarkan. SPG direkrut oleh sebuah *agency* agar memudahkan perusahaan rokok saat membuat suatu kegiatan dan pameran. SPG ini terdiri dari SPG *event* dan *regular*, yang membedakan adalah pembayaran SPG *event* dilakukan dalam setiap harinya, sementara SPG *regular* mendapatkan gaji sebulan sekali. *Fee* yang diberikan untuk SPG *event* dan *regular* sekitar Rp 450.000,00 per hari dengan waktu 8 jam kerja.

Kriteria umum untuk menjadi SPG, yaitu usia 18-24 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, aktif, inisiatif, mau bekerja keras dan bersedia

ditempatkan di *store/stand* sesuai kebutuhan perusahaan. Menurut penuturan dari SPG, mereka mendapatkan fasilitas seperti seragam, tas, dan sepatu untuk bekerja. Sementara SPG mendapat tuntutan untuk tampil cantik ketika bekerja, namun tidak mendapat fasilitas berupa kosmetik, sehingga SPG harus membeli kosmetik sendiri untuk menunjang penampilannya ketika bekerja.

Pada kriteria usia tersebut SPG berada dalam rentang usia dewasa awal yang memiliki tugas perkembangan seperti bekerja, kuliah, memilih pasangan hidup, dan lain-lain (Hurlock, 2004). Dengan bekerja sebagai SPG, sudah sepantasnya hasil dari bekerja dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari, membayar kuliah, menabung untuk menikah, membeli rumah, atau investasi. Namun kenyataannya berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat di lapangan, ada SPG yang menggunakan hasil dari bekerja untuk menunjang penampilannya agar tampil menarik, mereka ingin lebih baik dari SPG yang lain. Misalnya dari segi membeli merek produk kosmetik, merek tas, sepatu, baju, parfum dan merek lainnya. SPG tidak hanya membeli barang-barang yang menunjang karirnya saja, tetapi mereka juga membeli barang-barang bermerek ini untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, gengsi, dan persaingan dengan teman-teman sesama SPG. Selain itu SPG juga cenderung membeli barang untuk memenuhi gaya hidup sehari-hari. Efek dari belanja yang tidak dapat dikontrol tersebut menyebabkan banyak SPG yang meminjam uang atau kasbon ke *agency* agar dapat tetap berbelanja atau untuk menyambung hidup.

Aktivitas diatas menggambarkan bahwa SPG rokok cenderung berperilaku konsumtif. Menurut Tambunan (2001) dalam Jurnal mengenai remaja dan perilaku konsumtif, dikatakan bahwa kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain inilah yang menyebabkan seseorang berusaha mengikuti *trend* yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif. Menurut Sumartono (dalam Anggreini, 2014) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut. Karakteristik perilaku konsumtif adalah membeli produk dengan harga mahal agar menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli produk karena adanya iming-iming hadiah, diskon, kemasan menarik, menjaga simbol status, dan mencoba produk yang sama dengan merek yang berbeda.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa SPG disalah satu perusahaan rokok nasional untuk mengetahui perilaku konsumtif. Hasil wawancara pribadi dengan seorang SPG berinisial V berusia 22 tahun:

“tiap gajian gua selalu beli tas di Charles & Keith, harganya sekitar 2 sampe 4 juta. Gua suka banget sama modelnya yang selalu update, warnanya, yah semuanya gua suka yang bermerek Charles & Keith. Setiap gajian pasti gua selalu beli tas disana, makanya baru seminggu gajian pasti langsung habis

deh duit gua hehehehe. Sebenarnya tas gua udah numpuk juga dirumah, makanya nyokap suka marah-marah sama gua. Tapi buat gua harga itu menentukan kualitas, jadi mendingan beli tas yang mahal aja sekalian biar gak malu juga pas gua bawa main, dan pas gua bawa kerja, kan banyak SPG yang pake tas branded juga jadi gak kalah saing lah sama yang lain tas gua ini hehehehehehehe” (wawancara pribadi, V, 15 Febuari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas, V diduga memiliki perilaku konsumtif karena V setiap bulannya akan membeli tas di Charles & Keith tanpa pertimbangan yang rasional dan fungsional walaupun sudah memiliki tas dengan jumlah yang banyak. V membeli merek atau label dengan harga yang tinggi agar tidak malu dan tidak kalah saing dihadapan teman-teman sesama SPG.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan seorang SPG berinisial N berusia 23 tahun:

“aku sih selama jadi SPG yang aku utamain pas lagi belanja yah palingan beli make up, soalnya kan kita harus cantik pas kerja hehehehehehehe.... Yah aku belinya bedak, eye shadow, eyeliner, mascara, sama lipstik, yang biasanya dipake tiap hari. Tapi aku kalo beli lipstik bisa banyak beb, biasanya kan aku pake lipstik merek Dior, terus merek NYX ada warna yang bagus dan aku suka, jadi yah beli lagi deh. Kadang lipstik Maybelline dan Revlon juga bagus-bagus loh warnanya dan endingnya aku beli juga. Aku kalo ke mall bisa seminggu dua kali, pasti aku sempetin buat beli lipstik. Yaudah sekali belanja bisa beli 3 lipstik sekaligus deh dengan merek yang berbeda dan

sekarang lipstik aku jadi banyak.” (wawancara pribadi, N, 16 Febuari 2016)

Dari hasil wawancara tersebut, menggambarkan bahwa SPG membeli produk kecantikan untuk kebutuhannya, namun N membeli lipstik secara tidak tuntas dan tidak terencana. Hal ini dapat dikatakan N cenderung berperilaku konsumtif karena membeli 3 lipstik merek yang berbeda-beda secara sekaligus hanya karena pertimbangan warna saja dalam waktu seminggu dua kali.

Wawancara berikutnya dilakukan dengan salah satu SPG disalah satu perusahaan nasional berinisial A, umur 21 tahun dibawah ini:

“kalo udah gajian rasanya seneng bangeeeeeet, bisa belanja sesuka hati pokoknya, soalnya selain belanja kosmetik yah aku suka beli sepatu, baju, tas, parfum, kutek, banyak deh kak hehehehe..... Aku kalo belanja suka liat labelnya dulu yang pertama, soalnya harga kan gak pernah bohong kak, harganya mahal tapi kualitasnya pasti oke juga. Jadi aku gak malu kalo lagi ngumpul sama SPG-SPG, masa aku make merek yang gak terkenal sih kak nanti yang ada malah dicengcengin sama yang lainnya, padahal gaji kita sama-sama gede hehehehe yaudah jadinya kalo ada SPG yang beli kosmetik atau barang yang branded, sebisa mungkin aku beli juga lah kak supaya kekinian dan up to date, jadinya aku gak ketinggalan jaman kak hehehehehe.” (wawancara pribadi, A, 16 Febuari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas, SPG cenderung berperilaku konsumtif karena membeli barang atau alat kosmetik dengan label yang cukup tinggi demi menjaga status sosial sehingga menimbulkan gengsi untuk membeli produk kosmetik yang

sama dengan teman-teman SPG. A takut teman-teman sesama SPG mengejeknya sehingga A sebisa mungkin membeli kosmetik atau barang yang *branded*.

Tidak semua SPG cenderung berperilaku konsumtif, ada juga SPG yang tidak berperilaku konsumtif. Wawancara ini dengan salah satu SPG berinisial A.V berusia 22 tahun:

“Aku sih gak boros beb, tiap gajian uangnya aku tabung sebagian, kalo belanja juga yang perlu-perlu aja, misalnya make up ku habis, kalo buat belanja yang aneh-aneh aku suka mikir nyari duit susah jadi sayang kalo boros-boros kayak temen-temen yang lain. Aku juga gak gengsian orangnya, jadi mau pada ngegosipin aku kayak apaan juga aku gak peduli, tebal kuping aja lah hehehehehehe..... Mendingan uangnya ditabung supaya nanti bisa buka usaha sendiri kedepannya, sekalian bantu orang tua beb. Kalo bukan kita anaknya siapa lagi yang bantu mereka, iya kan? Aku pengen banget buka usaha rumah makan, mamaku punya usaha cathering, aku mau bantuin mama supaya punya rumah makan. Doain yah beb biar tercapai, Amiiiiiiiiiiiiin” (wawancara pribadi, A.V, 17 Febuari 2016)

SPG ini merasa bahwa dirinya tidak boros dalam berbelanja, mampu menyisihkan separuh gajinya untuk ditabung karena ingin membuka usaha untuk membantu orang tuanya, dan A.V tidak gengsi terhadap teman-teman sesama SPG. A.V mampu mengutamakan kebutuhannya dengan membeli peralatan make up ketika habis dibandingkan membeli barang yang tidak dibutuhkan dalam

berkarir. Ini membuktikan bahwa A.V dapat membedakan mana yang lebih diprioritaskan sehingga dapat dikatakan perilaku konsumtifnya rendah.

Faktor yang mempengaruhi SPG cenderung berperilaku konsumtif adalah kontrol diri. Averill (Kusumadewi, 2012) mendefinisikan kontrol diri sebagai variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan. Chaplin (2002) kontrol diri adalah kemampuan membimbing diri sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintang impuls-impuls atau tingkah laku impuls. Kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya.

Ketika SPG memiliki kontrol diri yang positif, maka SPG dapat mengontrol dirinya untuk dapat menahan diri agar tidak terpengaruh oleh lingkungan, seperti tidak ikut-ikutan teman membeli barang ketika diajak berbelanja, tidak memiliki keinginan untuk membeli barang-barang yang tidak fungsional dan tidak tuntas seperti membeli lipstik atau parfum yang sudah dimiliki namun memiliki keinginan untuk membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda-beda sebelum habis. Sehingga SPG dapat berbelanja sesuai apa yang diprioritaskan,

dan dapat menabung untuk masa depan seperti biaya nikah, kuliah, atau investasi, artinya perilaku konsumtif SPG rendah. Dan sebaliknya ketika kontrol diri SPG negatif, maka SPG kurang mampu menahan diri dan sulit menolak ajakan teman untuk berbelanja, namun karena gengsi terhadap SPG lain yang memiliki barang dengan harga mahal, SPG cenderung membeli barang tanpa adanya pertimbangan apapun yang mengakibatkan boros sehingga SPG akan membeli barang dengan merek dan harga yang tinggi agar dapat menaikkan status sosial mereka dihadapan SPG lainnya, dan tidak memikirkan masa depannya dengan kata lain perilaku konsumtifnya tinggi.

Selaras dengan penelitian Anggreini (2014) yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi di Universitas Esa Unggul” yang mengemukakan bahwa terdapat hubungan negatif yang cukup dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa Unggul. Artinya semakin kuat kontrol diri mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi tersebut. Sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswi maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sampel pada penelitian ini adalah SPG dengan aktivitas bekerja, sudah menghasilkan uang sendiri dan tempat penelitian ini di salah satu perusahaan nasional, sedangkan sampel penelitian sebelumnya adalah mahasiswi dengan aktivitas belajar dan masih bergantung kepada orang tua untuk mendapatkan uang

jajan dan tempat penelitian di kampus. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan dua dimensi, sementara penelitian sebelumnya hanya satu saja.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada SPG Rokok.

B. Identifikasi Masalah

SPG rokok memiliki tugas mempromosikan produk dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam menunjang karirnya, SPG mendapat fasilitas dari perusahaan seperti seragam, sepatu dan tas sebagai kebutuhan pokok mereka dalam berkerja. Sementara itu SPG dituntut untuk tampil cantik, namun demikian SPG tidak diberikan fasilitas berupa kosmetik sehingga SPG harus membeli kosmetik oleh perusahaan sendiri untuk menunjang penampilannya ketika bekerja.

Namun kenyataannya berdasarkan hasil observasi di lapangan, ada SPG yang tidak hanya membeli barang-barang dengan alasan untuk menunjang karir tetapi mereka membeli barang-barang bermerek untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, gengsi, dan persaingan dengan teman-teman sesama SPG untuk memenuhi gaya hidup sehari-hari, seperti membeli merek produk kosmetik, tas bermerek, sepatu, baju, parfum dan merek lainnya. Efek dari belanja yang tidak

dapat dikontrol tersebut menyebabkan banyak SPG yang meminjam uang atau kasbon ke *agency* agar dapat tetap berbelanja. Aktivitas diatas menggambarkan bahwa SPG rokok cenderung berperilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi SPG cenderung berperilaku konsumtif adalah kontrol diri. SPG yang memiliki kontrol diri yang positif akan mampu menahan diri agar tidak terpengaruh oleh lingkungan, mampu mengontrol diri untuk tidak tergiur mengikuti teman dalam membeli barang, memiliki pertimbangan dalam berbelanja dari sudut bermanfaat atau tidaknya barang yang dibeli, sehingga perilaku berbelanja sesuai dengan prioritas, dan membuat SPG menjadi tidak berperilaku konsumtif.

Sebaliknya, SPG yang memiliki kontrol diri negatif cenderung kurang mampu menahan diri dan sulit menolak ajakan teman untuk berbelanja, namun karena gengsi terhadap SPG lain yang memiliki barang dengan harga mahal, SPG cenderung membeli barang tanpa adanya pertimbangan apapun yang mengakibatkan boros sehingga SPG akan membeli barang dengan merek dan harga yang tinggi agar dapat menaikkan status sosial mereka dihadapan SPG lainnya, dan tidak memikirkan masa depannya dengan kata lain perilaku konsumtifnya tinggi.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada SPG Rokok.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk bidang psikologi, khususnya untuk bidang psikologi organisasi dan industri.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi kepada SPG perlunya mempertimbangkan dalam segala hal termasuk dalam perilaku membeli.

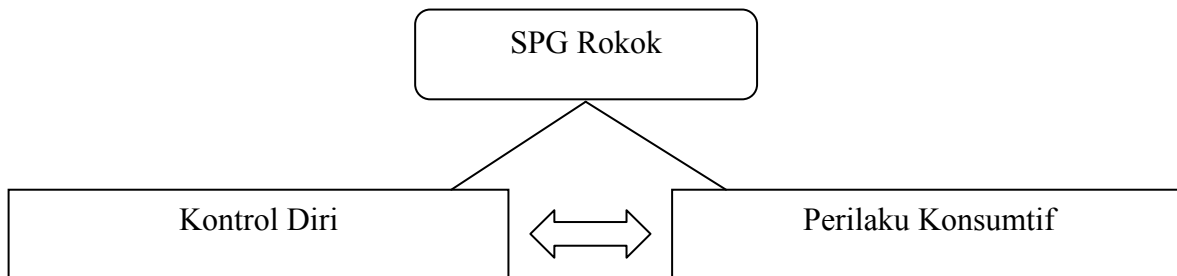
E. Kerangka Berfikir

Perusahaan rokok memerlukan adanya SPG untuk melakukan interaksi secara langsung dengan konsumen guna untuk memberikan informasi serta menarik minat konsumen agar membeli produk rokok yang ditawarkan. SPG rokok diberikan fasilitas berupa seragam, tas, dan sepatu untuk bekerja,

sementara SPG dituntut untuk cantik dan menarik, namun perusahaan tidak memfasilitasi alat kosmetik sehingga SPG membeli alat kosmetik ini sendiri. Dengan bekerja sebagai SPG, sudah sepantasnya hasil dari bekerja dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari, membayar kuliah, menabung untuk menikah, membeli rumah, atau investasi. Namun kenyataannya berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat di lapangan, ada SPG yang menggunakan hasil dari bekerja untuk menunjang penampilannya agar tampil menarik dengan berbelanja secara berlebihan seperti tidak hanya membeli barang-barang yang menunjang karirnya saja, SPG cenderung membeli barang untuk memenuhi gaya hidup sehari-hari, membeli barang-barang bermerek untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, gengsi, dan persaingan dengan teman-teman sesama SPG. Misalnya membeli merek produk kosmetik, merek tas, sepatu, baju, parfum dan merek lainnya, sehingga SPG cenderung berperilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Menurut Averill (dalam Kusumadewi, 2012) kontrol diri adalah merupakan kemampuan seseorang untuk mengelola informasi yang penting dan tidak penting, kemampuan untuk memilih tindakan berdasarkan apa yang diyakini, dan membuat keputusan berdasarkan pertimbangan apa yang dibutuhkan.

Ketika SPG memiliki kontrol diri yang positif, maka SPG dapat mengontrol dirinya untuk dapat menahan diri agar tidak terpengaruh oleh lingkungan, seperti dapat menahan hasrat untuk tidak ikut-ikutan teman membeli barang ketika diajak berbelanja, tidak memiliki keinginan untuk membeli barang-barang yang tidak fungsional dan tidak tuntas seperti membeli lipstik atau parfum yang sudah dimiliki namun memiliki keinginan untuk membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda-beda sebelum habis. Sehingga SPG dapat berbelanja sesuai apa yang diprioritaskan, dan dapat menabung untuk masa depan seperti biaya nikah, kuliah, atau investasi, artinya perilaku konsumtif SPG rendah. Dan sebaliknya ketika kontrol diri SPG negatif, maka SPG kurang mampu menahan diri dan sulit menolak ajakan teman untuk berbelanja, namun karena gengsi terhadap SPG lain yang memiliki barang dengan harga mahal, SPG cenderung membeli barang tanpa adanya pertimbangan apapun yang mengakibatkan boros sehingga SPG akan membeli barang dengan merek dan harga yang tinggi agar dapat menaikkan status sosial mereka dihadapan SPG lainnya.



Gambar 1.1. Bagan Kerangka Berpikir

F. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok