BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam industri yang semakin mengalami persaingan saat ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era moderen, maka pemilik industri yang berkembang saat ini di tuntut untuk memperkenalkan barang produksi yang mereka hasilkan kepada masyarakat dengan menggunakan cara yang lebih kreatif dan lebih inovatif.

Manager perusahaan selalu tertarik pada wanita karena wanita dapat menjual begitu banyak produk. Minat pada wanita semakin hebat pada tahun-tahun belakangan karena jumlah wanita yang semakin besar dan status pekerjaan yang meningkat, dan peranan wanita yang kini semakin berubah.

Populasi wanita bertumbuh lebih cepat daripada populasi pria disebabkan oleh angka kelangsungan hidup wanita yang semakin tinggi. Kontroversi muncul ketika wanita dapat hidup lebih lama dari pada pria. Banyak pengamat beranggapan bahwa wanita memiliki kesempatan yang sama dalam pekerjaan dengan stress yang tinggi. Sesungguhnya, wanita menangani stress secara lebih baik dari pada pria, mungkin karena estrogen beradaptasi lebih baik daripada pria.[1]

Maka dari itu para pemilik perusahaan biasanya memilih menggunakan jasa sales promotion girl yang di gunakan jasanya untuk memperkenalkan dan menjelaskan kegunaan dan keundungan barang-barang yang telah di produksi oleh pabrik – pabrik atau perusahaan tertentu. Karena

[1] Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E.,M.M. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta KENCANA, 2010) hal 214

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada saat ini penggunaan jasa sales promotion girl dianggap menguntungkan dan menarik minat masyarakat karena mereka melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat atau orang-orang yang di temuinya.

Penggunaan jasa wanita sebagai sales promotion girl dirasa memiliki daya tarik tersendiri. Maka tidak heran bila pada perusahaan rokok yang salah satunya adalah perusahaan rokok gudang garam Tbk. Waru Sidoarjo banyak menggunakan wanita sebagai jasa promosi. Namun pada perusahaan ini menggunakan jasa PT. One Hundred Percent Enterteiment.

Dalam skripsi saya kali ini saya akan meneliti mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan oleh wanita sebagai pekerja sales promotion girl, di PT. One Hundred Percent Enterteiment. Hal ini saya lakukan karena saya ingin mengetahui bagaimana keterkaitan antara perilaku konsumtif yang dilakukan oleh sales promotion girl terhadap eksistensi kerja yang sedang mereka geluti saat ini.

Pada eramoderen dan kemajuan teknologi saat ini kebanyakan industri menggubah aspek peranan wanita yang tadinya hanya sebagai individu yang berperan dengan pekerjaan domestik di dalam rumah dan kini dapat melakukan apa saja peran yang ada di luar rumah, dan tidak terkungkung hanya pada kegiatan rumahtangga saja.[2] Sehingga saat ini banyak pekerjaan yang dapat di perankan oleh kaum wanita seperti peran sebagai seles promotion grel.

Selain itu pembicaraan tentang daya tarik wanita yang tidak ada habisnya, membuat saya tertarik untuk membahasnya lebih dalam, dan daya tarik yang memiliki ciri khas, unik dan spesifik yang jarang di temui pada

[2] Stephen K.Sanderson, *Makro Sosiologi* (PT Grafindo Persada: Jakarta 2008)415

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

laki-laki. Karena produk yang di pasarkan adalah rokok dan barang tersebut merupakan darang yang di konsumsumsi oleh kaum laki-laki.

Hal ini di kuatkan dengan anggapan bahwa karakter menarik perempuan telah di sadari oleh para pembuat iklan yang di yakini jauh lebih menarik. Penggunaan perempuan dalam iklan adalah agar iklan lebih mampu menjual. Perempuan di percaya mampu meningkatkan penjualan produk.[3]

Bila target marketnya perempuan maka kehadirannya merupakan wajah aktualisasi yang memiliki jati diri eksistensinya. Hal ini menggambarkan bahwa dayatarik dari steriotip perempuan di masyarakat yang menggambarkan bila perempuan cantik adalah perempuan yang memiliki tinggi badan ideal, berat badan ideal, kulit putih bersih, wajah cantik serta rambut panjang hitam dan sehat.

Hal tersebut yang menjadikan salah satu kritera sales promotion girl rokok gudang garam Tbk. Waru Sidoarjo yang di di sertakan pada persyaratan untuk melamar maenjadi sales promotion girl di PT. One Hundred Percent Enterteiment. Selain syarat yang di ajukan tersebut, kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik juga di utamakan sehingga para sales promotion girl mampu menjaual barang dagangannya dengan sesuai target yang di tentukan perharinya.

Sebagai sales promotion girl rokok gudang garam Tbk. Waru Sidoarjo tentunya mereka harus selalu menjaga kecantikannya dengan cara merawat dan menjaga kehalusan kulit dan kekancangan kulitnya, serata menjaga berat

[3] Rendra Widyatama.Bias Gender (Yogyakarta: Media Presindo, 2006),2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tubuh yang ideal, tentunya para sales promotion girl memerlukan modal dalam artian memerlukan uang untuk merawat penampilannya tersebut. hal ini dilakukan dengan menggunakan perawatan tubuh dan wajah yang memiliki merek – merek tertentu yang pastinya terkenal dan harganya juga mahal. Selain itu perawatan yang dilakukan di salon-salon kecantikan ataupun di lakukan di dokter kecantikan pastinya dengan harga yang mahal, dan semua perawatan tersebut tentunya memerlukan alokasi uang khusus untuk perawatan tersebut.

Untukl memenuhi kebutuhan dalam perawatan tentunya di perlukan pendapatan yang tidak sedikit. Dalam bekerja sales promotion girl ini mendapatkan gaji sebesar 400 ribu rupiah yang di bayarkan di tiap bulannya sebesar 6 juta hingga 8 juta rupiah. Dengan jam kerja delapan jam dalam satu harinya dan harus menghabiskan target rokok sebanyak 59 slop rokok.

Dalam jam kerja ini tentunya sales promotion girl rokok harus berpenampilan semenarik mungkin sehingga dalam menawarkan produknya dianggap olaeh masyarakat menarik dan menjadikan orang lain mau untuk menddengarkan penawaran yang dilakukan dan membelinya.

Penampilan menarik yang di tampilkan tentunya di tunjang dengan menggunakan mek-up yang rapi dan mencolok sehingga wajah mereka terlihat cantik dan selalu segar, rambut hitam yang panjang, rapid an wangi tentunya juga sebagi penunjang dalam penampilan, serta parfum yang wangi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan segar sehingga dapat membawa kesan baik pada konsumen yang di datanginya.

Berbicara mengenai penampilan, meskipun di saat mereka bekerja menggunakan seragam yang telah di siapkan, namun mereka juga di dalam dunia di luar jam kerja gaya penampilannyapun di tunjang dengan barang-barang bermerek dan ternama yang kebanyakan dikenakan oleh teman-teman sales promotion girl ataupun teman-teman sepergaulannya. Tentunya dalam memenuhi kebutuhan untuk itu maka mereka juga harus menyisihkan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan barang-barang mereka seperti baju, celana, tas, sepatu, dan sebagainya.

Selain barang-barang mahal yang di sebutkan di atas, tentunya juga ada teknologi yang sering di gunakan oleh seles promotion girl untuk berkomunikasi kepada sesame teman sales promotion girl ataupun dengan atasan dari perusahaan tersebut. Hal ini juga yang tentunya menjadikan mereka harus mengikuti perkembangan teknologi dengan cara menggunakan hp untuk berkomunikasi. Selain digunakan untuk berkomunikasi hp juga dapat di gunakan untuk menunjang eksistensinya. Seperti misalnaya meng up date foto-foto, kejadian-kejadian yang dianggapnya menarik ataupun perasaan-perasaan yang tengah di rasakannya pada saat itu. Mereka biasanya meng up date fotonya ke jejaring sosial seperti facebook, instagram, twiter,dan sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal-hal tersebut yang menjadikan mereka dapat di katakana eksis pada saat ini karena mereka dapat meng unggah foto-foto mereka baik pada saat mereka bekerja sebagai sales promotion girl ataupun saat mereka bersama teman-teman mereka selain teman-teman sesame sales promotion girl.

Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh sales promotion girl dapat menunjukan dari kelas mana mereka berasal, seperti yang pernah di tuliskan bahwa konsumsi merupakan lembaga kelas yang di sediakan masyarakat untuk menghadapi obyek-obyek dalam makna ekonomis seperti belanja, pilihan kerja yang di atur oleh kemampuan belanja, tingkat pendidikan, kedudukan dan sebagainya.[4]

Penampilan yang menarik serta kepintaran dalam berkomunikasi dapat tercipta dengan adanya tunjangan teknologi dan informasi serta beberapa barang yang di gunakan utuk merawat penampilannya tersebut. dalam dunia kersa sebagai salses promotion girl tentunya juga tak terlepas dari persaingan-persaingan kerja di lingkungan sales promotion girl. Maka hal ini akan menimbulkan perilaku konsumtif yang secara sengaja maupun tidak sengaja telah mereka lakukan.

Prilaku konsumtif terpusat pada cara sales promotion girl mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya mereka yang tersedia seperti waktu, uang dan usaha guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Hal ini mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, kapan mereka membeli, dan seberapa sering mereka membelinya.

[4] Nanang Martono, Sosiologi Perubahan Sosial (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011) 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Para sales promotion girl sesekali membeli barang secara inpulsif dan di pengaruhi tidak hanya oleh keluarga dan teman-teman namun juga oleh berbagai pemasang iklan dan modal peran, tetapi juga oleh suasana hati, keadaan, dan emosi. Semua faktor ini saling berhubungan sehingga membentuk model perilaku konsumen yang menyeluruh dan mampu mencerminkan aspek pengertian dan pengetahuan (coknitif) maupun emosional dalam pengambilan keputusan konsumen.

Perilaku sales promotion girl juga dapat menjadikan gaya hidup para sales promotion girl mengalami perubahan-perubahan yang berbeda, yang di tampilkan pada masyarakat atau pada teman-teman sepergaulannya diluar dunia sales promotion girl.

Penampilan luar yang menjadikan kesan pertama dari seorang sales promotion girl tersebut. Kesan tubuh tinggi, wajah cantik, berat badan ideal dan kulit putih bersih menjadi kesan utama yang di tampilkan dan selalu melekat pada diri seorang sales promotion girl rokok.

Untuk mendapatkan barang – barang yang di perlukan dan di inginkannya guna menjaga eksistensi dalam dunia kerja, tentunya para sales promotion girl harus pintar dalam membagi penghasilannya untuk mencukupi kebutuhannya sehari – hari serta kebutuhan sekunder yang harus di penuhi untuk menunjang penampilannya sebagai seorang sales promotion girl yang selalu di tuntut untuk tampil menarik di setiap jam kerjanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka perlu dibuat rumusan masalah yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk menjawab semua masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perilaku konsumtif *sales promotion girl* ?
2. Bagaimanakah *sales promotion girl* rokok gudang garam tbk. Waru Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhannya agar tetap eksis di dalam dunia kerja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji prilaku konsumtif *sales promotion girl* rokok gudang garam tbk. Waru Sidoarjo
2. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaiman *sales promotion girl* rokok gudang garam tbk. didalam memenuhi kebutuhannya agar tetap dapat eksis di dalam dunia kerja

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini kiranya dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Teoritis

   Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan penelitian yang telah diteliti sebelumnya. Penelitian ini diharapkan dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperkaya untuk ikut serta dalam melakukan pengembangan ilmu pengetahuan prilaku konsumtif di dalam eksistensi pada dunia kerja dan perilaku konsumtif khususnya yang terjadi pada *sales promotion girl* rokok gudang garam Warus Sidoarjo. Penelitian ini juga di harapkan dapat memberi manfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terutama di bidang sosiologi yang dapat menjadi pelengkap bagi penelitian-penelitian sebelumnya.

2. Praktis

Setiap individu mempunyai kewajiban untuk peduli terhadap sesamanya, saling membentu sehingga kehidupan sosial dapat seimbang dan sejahtera. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bias menambah pengetahuan tentang bagaimana Perilaku konsumtif dan eksistensi dalam dunia kerja (studi *Sales promotion girl* rokok gudang garam tbk Waru Sidoarjo). Sehingga kita dapat mengetahui bagimana sales promotion girl rokok tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

E. Definisi Konseptual

Dalam definisi konseptual yang mana merupakan penjelasan dari setiap kata dalam judul penelitian yang membutuhkan sebuah penjelasan yang lebih lanjut, definisi konseptual ini sendiri berguna untuk menjelaskan kepada setiap pembaca, yang mana tujuannya adalah untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan maksut dari judul tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menghindari adananya kesalahan pengertian dalam memahami judul. Maka perlu di jelaskan beberapa istilah yang tertera dalam judul penelitian itu sendiri. Oleh sebab itu peneliti akan memberikan definisi yang ada di gunakan dalam judul tersebut.

Agar di ketahui apa maknanya dengan judul "Perilaku konsumtif dan eksistensi dalam dunia kerja (studi *sales promotion girl* rokok gudang garam tbk waru sidoarjo)." Yang saya maksutkan dalam penelitian saya.

Adapun definisi konseptualnya adalah sebagai berikut :

a. Perilaku Konsumtif

Berbicara mengenai perilaku konsumtif yang tak lepas dari kehidupan sosial, seperti semua kehidupan, adalah satu proses sehingga sebagian sosiologi lebih suka mengatakan bahwa:

" yang merereka kaji adalah aspek-aspekproses ini, tetapi sebagian ahli-ahli sosiologi berpendapat bahwa yang mereka kaji adalah [5]aspek – aspek proses, sehingga kenyataan kongkrit yang dapat di perhatikan adalah masyarakat yang di mana di dalamnya tentu ada statifikasi sosial dan kelompok – kelompok yang memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda.

Sehingga dari pernyataan tersebut saya mengartikan bahwasannya dalam penelitian sosiologi yang sedang saya lakukan ini adalah bagian dari proses bagaimana golongan *sales promotion girl* yang sedang bekerja di PT.One Hundret Enterten saat ini adalah golongan yang memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda dengan pekerja lainnya.

[5] Duncan Mitchell, *Sosiologi Suatu Analisis Sistem Sosial*, Jakarta Raja Grafindo,2000) hal 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi para *sales promotion girl* kebutuhan utamannya adalah penampilan yang menarik serta kemampuan dalam menawarkan barang sehingga rokok yang tengah dipromosikannya dapat terjual dengan jumlah yang bannyak dan mencapai target, lebih baik lagi jika penjualan yang dilakukan oleh para *sales promotion girl* tersebut dapat melebihi target yang di tentukan oleh pihak perusahaannya.

Selanjutnya adalah kebutuhan yang di timbulkan dalam tuntutan kerja para *sales promotion girl* menjadikan mereka secara sadar maupun tidak sadar telah melakukan prilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang di maksut dalam penelitian ini adalah prilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi.[6]

Maka perilaku konsumtif yang saya maksutkan saat ini pada penelitian prilaku konsumif dan eksistensi kerja (studi *sales promotion girl* rokok gudang garam) adalah prilaku berbelanja dan kebutuhan dalam merawat tubuh yang mana bagi mereka para *sales promotion girl* dianggap sangat penting, namun hal yang dianggap penting oleh sales promotion girl ini belumtentu dianggap penting juga bagi para pekerja lain sehingga sales promotion girl beranggapan bahwa perawatan tubuh dianggap sangat penting dan harus di lakukan untuk menunjang eksistensi kerjanya, yang harus di lakukan di dalam

[6] 18 oktober 2016,http:/ Landasan teori.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangka waktu tertentu (satu bulan sekali, tigabulan sekali atau enam bulan sekali).

Selain itu prilaku konsumtif yang saya maksut di sini juga ingin mengetahui bagaimana yang di lakukan oleh para *sales promotion girl* dalam memenuhi kebutuhannya baik itu kebutuhan pokok yang harus di penuhi, maupun kebutuhan sekunder yang juga di rasa penting bagi *sales promotion girl* untuk memenuhinya. Tanpa mereka sadri kebiasaan yang bagi mereka adalah kewajaran dan bahkan harus di lakukan oleh para *sales promotion girl* tersebut, tentunya telah dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan sikap boros dan candu dalam berbelannja di setiap bulannya.

b. Eksistensi di dalam dunia kerja

Eksistensi di dalam dunia kerja adalah kebutuhan yang di puaskan oleh factor-faktor seperti makanan, air, udara,upah, dan kondisi kerja. Sedangkan Dunia kerja adalah gambaran tentang beberapa jenis dan proporsi pekerjaan yang ada seperti dalam bidang pertanian, usaha dan perkantoran.[7]

Dari pernyataan tersebut jika di jabarkan dan dikaitkan dengan eksistensi di dalam dunia kerja adalah bagaimana gambaran mengenai pekerjaan *seles promotion girl* di dalam dunia kerja yang ada pada saat ini serta bagaimana *salaes promotion girl* dapat menyesuaikan diri dengan aturan – aturan yang ada dan telah di terapkan oleh PT. One Hundred Percent dalam menjaga

[7] 18 oktober 2016 http:/ Pengertiane.blogspot.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keeksistensiannya yakni di dalam hal kecantikan dan kecakapan melakukan promosi rokok dan sebagainya.

Seingga para *sales promotion girl* memerlukan adaptasi pada awal masuk kerja hingga pada saat ini yang dimana mereka dapat tetap eksis dalam menjalankan pekerjaannya sebagai seorang *sales promotion girl* di PT. One Hundred Percent.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan dilaporkan dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Berisi mengenai latar belakang masalah mengenai gambaran tentang *sales promotion girl* rokok gudang garam, dan prilaku konsumtif *sales promotion girl* rokok guna menunjang eksistensinya pada dunia kerja. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumtif *sales promotion girl* rokok dan bagaimana *sales promotion girl* rokok tersebut memenuhi kebutuhannya untuk menunjang eksistensinya di dunia kerja. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif *sales promotion girl* rokok dan bagaimana upaya *sales promotion girl* tersebut dalam memenuhi kebutuhannya dalam menunjang eksistensinya didunia kerja, selain itu penelitian ini juga akan membahas bagaimana *sales promotion girl* dapat menyesuaikan diri dalam eksistensi dunia kerja dan bagaimana *sales promotion girl*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyesuaikan penampilan dan gaya hidupnya dalam perubahan sebelum dan setelah menjadi *sales promotion girl*. manfaat penelitian yang memberikan manfaat secara empiris dan praktis dalam dunia akademik, definisi konseptual akan menjelaskan maksut dari judul yang tercantum di atas, metode penelitian yang menjelaskan bagaimana langkah-langkah dalam melakukan penelitian perilaku konsumtif *sales promotion girl* dan eksistensi kerja, dan sistematika pembahasan yang akan membahas setiap sub bab yang di catumkan pada hasil penelitian nantinya.

BAB II : Kajian Teoritik

Menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh beberapa penelitian yang sama dengan perilaku konsumtif yang di maksut dalam penelitian *sales promotion girl* dan eksistensi kerja. Selanjutnya dalam bab ini juga akan menjelaskan mengenai kajian pustaka yakni apa itu yang dimaksut dengan perilaku konsumtif dan eksistensi kerja yang menjelaskan gambaran umum mengenai tema yang di ambil didalam penelitian ini. Dan yang terahir berisi tentang kerangka teori yaitu bagaimana teori konseptual tentang bagaimana teori yang digunakan dengan bagaimana faktor yang telah di identifikasikan segagai masalah dalam penelitian yang sedang dilakukan dalam penelitian perilaku konsumtif dan eksistensi kerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan menjelaskan kegiatan peneliti dalam menyusun bahasan tentang metode penelitian yang sudah dilakukan dan beberpa informasi-informasi yang didapat sesuai dengan kriteria yang masuk didalam penelitian prilaku konsumtif dan eksistensi kerja. Beberapa hal yang akan dijelaskan di dalam penelitian ini adalah yang pertama jenis penelitian yang akan menjelaskan alasan mengapa penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang ke dua adalah lokasi dan waktu penelitian ini dilakukan darimulai tempat yang didatangi, dan kapan berlangsungnya proses pencarian data yang berkaitan dengan informasi yang di butuhkan pada penelitian ini. Ke tiga adalah tahap-tahap penelitian pada bagian ini menjelaskan tentang tahap-tahap yang dilakukan oleh peneliti terhadap subyek yang dikaji selain itu dalam pembahasannya juga akan mengurai penemuan atau pengalaman yang di lakukan oleh peneliti ketika akan dan melakukan penelitian yang dilakukan. Ke empat teknik pengumpulan data, pada bagian ini menjelaskan apa saja teknik yang di gunakan peneliti dalam menggali dan mengumpulkan data penelitian, dalam menggali dan mengumpulkan data penelitian, diantaranya yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan sebagainya. Kelima teknik analisis data dalam penelitian kualitatif,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

analisis data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data, dengan teknik yang di lakukan. Ke enam teknik pemeriksaan keabsahan data, bagian ini memuat uraian tentang bagaimana informasi yang di dapat dan yang akan di gunakan sebelumya telah dilihat validas internalnya dengan menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan penelitian di lapangan.

Bab IV : Penyajian dan Analisis Data

Pada bab ini akan menjelaskan yang pertama adalah deskripsi umum subyek penelitian, yang memaparkan mengenai *sales promotion girl* yang di teliti oleh peneliti dalam penelitian perilaku konsumtif dan eksistensi kerja. Ke dua deskripsi hasil penelitian pada bagian ini akan memaparkan mengenai data dan fakta mengenai prilaku konsumtif *sales promotion girl* dan eksistensi kerja, terutama yang terkaait dengan rumusan masalah yang diajukan, atau dengan kata lain adalah menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah diajukan. Ke tiga yaitu analisis data, pada bab ini adalah dengan menggunakan teori hierarki kebutuhaan maslow dan teori tindakan sosial Talcott parson yang menjelaskan secara garis besar bagaimana perubahan *sales promotion girl* dari mulai sebelum bekerja sebagai *seles promotion gril* hungga kini menjadi *seles promotion girl* dan bagaimana mereka dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyesuaikan diri dengan aturan –aturan yang ada dan telah di terapkan sehingga mereka mampu eksis didalam dunia kerjanya.

Bab V : Penutup

Berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di dapatkan dan saran yang di ajukan terkait dengan tema yang di gunakan dalam penelitian prilaku konsumtif dan eksistensi di dalam dunia kerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id