

REKONSTRUKSI REALITAS PEKERJA PEREMPUAN SEBAGAI *YAKULT LADY* DI PT YAKULT INDONESIA PERSADA KECAMATAN KANDIS, RIAU

Kokoria Br Tumorang¹⁾, I Ketut Putra Erawan²⁾, Gede Indra Pramana³⁾.

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: kokoriastmr@gmail.com¹, ketuterawan@unud.ac.id², indraprama@unud.ac.id³

ABSTRACT

This study reconstructs the reality behind women's empowerment by PT Yakult Indonesia Persada Kandis District Region. This empowerment is done by employing housewives as Yakult Lady. The Yakult Lady system is to sell Yakult products while promoting a healthy lifestyle. Based on field observations, researchers found a different reality from Yakult Lady's work. There are subtle exploits that are not visible in Yakult's communication with the Yakult Lady. Yakult utilizes the psychology of current workers who do not need to be rewarded with money but with appreciation or flattery through euphemisms for the words they communicate. This form of distribution of exploitation is a new capitalism in Indonesia. Through the critical theory of Max Horkheimer and the theory of social construction of the target group, Anne Schneider and Hellen Ingram obtained research results that the Yakult Lady is empowered and exploited at the same time.

Keywords : *Reconstruction, empowerment, capitalism, euphemism.*

1. PENDAHULUAN

PT Yakult Indonesia Persada merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi susu fermentasi. Produk susu fermentasi ini dikenal oleh masyarakat dengan sebutan yakult dan menjadi minuman probiotik paling populer di Indonesia. Yakult ini sendiri berasal dari negara Jepang dan didirikan pada tahun 1935. Di Indonesia, perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 Februari 1990 dengan kantor pusat di Central Plaza, Jakarta Selatan. Kemudian, PT Yakult Indonesia Persada ini mulai melakukan produksi pada Januari 1991. PT Yakult Indonesia Persada memiliki dua sistem dalam memasarkan produknya, yaitu sistem *Direct Sales* dan sistem *Yakult*

Lady. Pada penelitian ini, penulis berfokus pada sistem *Yakult Lady*. Dalam mendistribusikan produk yakult, *Yakult Lady* memiliki peran yang besar bagi Yakult sehingga dapat dikatakan bahwa *Yakult Lady* ialah "wajah Yakult". Adapun sistem dari *Yakult Lady* ini ialah *Direct Selling* yaitu mendistribusikan produk Yakult secara langsung ke tangan konsumen dengan cara mengunjungi tiap-tiap rumah atau *door-to-door*. Selain menjual produk, para *Yakult Lady* juga turut menyebarkan Shirotaisme melalui percakapan dengan pelanggan mereka. Shirota-isme adalah filosofi bisnis grup Yakult yang terdiri dari tiga gagasan, yaitu "pengobatan pencegahan," "saluran usus yang sehat mengarah pada umur panjang," dan "harga yang mampu

dijangkau siapa pun" (Okuno A (dalam Mitsui I (2020:91-92)).

Di Wilayah Kecamatan Kandis, Riau terdapat dua *Yakult Lady* yang mencakup kedua wilayah tersebut. Mereka setiap harinya berjualan yakult dengan area yang sudah ditentukan. DD atau *Dropping Driver* setiap dua hari sekali akan mengantarkan produk yakult kepada *Yakult Lady* di Kecamatan Kandis dikarenakan wilayah ini merupakan wilayah *dropping*. Adapun *center* dari wilayah Kecamatan Kandis terdapat di Duri. Oleh karena itu, segala keluhan dan data-data penjualan *Yakult Lady* selama seminggu nantinya akan dilaporkan kepada DD dan DD akan menyampaikan langsung ke center.

Penelitian ini beranjak dari sebuah observasi yang dilakukan oleh penulis di lapangan. Hasil dari observasi tersebut menemukan bahwa ada keganjilan dari apa yang dilakukan para *Yakult Lady* dalam memasarkan produk Yakult. Keganjilan tersebut tampak pada adanya bentuk eksploitasi yang tidak kelihatan terhadap *Yakult Lady*. Eksploitasi yang tidak kelihatan itu merupakan bentuk dari kapitalisme baru yaitu dengan menggunakan kata-kata bias dan ambivalen yang dikomunikasikan oleh Yakult terhadap *Yakult Lady*. Adapun beberapa kata-kata bias yang berpotensi memuat konsep politis ialah kata "pemberdayaan", "*lady*", "agen", "ibu rumah tangga", "penghasilan", dan "relasi" yang digunakan terhadap *Yakult Lady*.

Saat ini, dunia kapitalisme baru merambat ke wilayah "identitas" pekerja

sehingga pekerja tidak lagi *direward* dengan uang atau ekonomi melainkan dengan kata-kata yang berkaitan dengan psikologis pekerja. Pemilihan kata-kata yang digunakan oleh PT Yakult Indonesia Persada dalam mengeksploitasi pekerja merupakan cara kerja dalam dunia kapitalisme yang baru. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh Fairclough (2022:164) bahwa bahasa menjadi lebih sentral dan lebih menonjol di kapitalisme baru. Kata-kata yang dikomunikasikan oleh Yakult terindikasi memuat konsep-konsep politis yang memiliki maksud dan tujuan lain atau tersembunyi dibalik dari diberdayakannya perempuan-perempuan yang bekerja sebagai *Yakult Lady* di PT Yakult Indonesia Persada. Kata-kata yang dikomunikasikan tersebut jika ditelusuri lebih jauh juga tidak terlepas dari situasi dan kondisi pekerja perempuan saat ini sehingga perempuan yang bekerja sebagai *Yakult Lady*. Melalui kata-kata tersebut, pekerja *Yakult Lady* tidak merasa dieksploitasi melainkan diberdayakan dengan baik. Lebih tepatnya diberdayakan dan eksploitasi dalam waktu yang bersamaan. Hal ini berkaitan dengan kata-kata yang dikomunikasikan Yakult sehingga mempengaruhi pola pikir pekerja *Yakult Lady*. Kata-kata ini juga telah bereufemisme dari kata-kata yang jika dijelaskan merupakan bentuk komunikasi sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian ini nantinya akan menganalisa dan merekonstruksi kata-kata bias dan ambivalen yang digunakan Yakult dalam memberdayakan perempuan sehingga

nantinya akan membawa pada hasil penelitian ini.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori Kritis oleh Max Horkheimer

Horkheimer menggambarkan teori kritis sebagai usaha untuk membebaskan manusia dari keadaan yang memperbudak mereka, sehingga Horkheimer meyakini bahwa melalui teori kritis ini maka masyarakat dapat membebaskan diri dari segala bentuk penindasan (Fajarni, S. 2022:93-94). Teori kritis Max Horkheimer ialah bentuk kritik terhadap ekonomi politik dimana teori kritis menganalisis bagaimana modal diakumulasikan, eksploitasi yang selalu ada, dan transformasi aspek masyarakat yang menjadi komoditas bekerja dari mode kapitalis produksi. Maka, Max Horkheimer menggambarkan bagaimana teori kritis itu berusaha untuk membebaskan manusia dari keadaan yang memperbudak mereka.

Dalam ciri teori kritis, terdapat pandangan tentang ego yaitu konsep ego yang materialis. Konsep ego ini didasarkan pada aktivitas individu yang dilaksanakan dalam masyarakat yang historis. Dengan konsep ini, teori kritis ingin memberikan kesadaran bahwa dalam masyarakat sekarang ini yakni masyarakat modal tanpa kesadaran, maka ego seharusnya senantiasa kritis terhadap dirinya sendiri yang sebenarnya belum bebas dari tindakan ketidakadilan. Konsep ego yang materialis dalam teori kritis hadir untuk mengkritisi dan merekonstruksi realitas dibalik komunikasi tersebut. Lewat kata-

kata yang dikomunikasikan. Hal ini berdasarkan atas realitas *Yakult Lady* yang tidak merasa dirugikan dan dieksploitasi secara halus oleh Yakult.

Teori Konstruksi Sosial Kelompok Sasaran (The Social Construction of Target Groups) oleh Anne Schneider dan Helen Ingram

Teori konstruksi sosial dari Anne Schneider dan Hellen Ingram adalah salah satu teori konstruktivisme dalam kebijakan publik. Teori ini mengatakan bahwa kebijakan bukanlah hasil dari analisis rasional masalah dan pembuatan solusi karena pada dasarnya kebijakan adalah produk dari populasi target (*target populations*) yang berusaha membingkai masalah sedemikian rupa sehingga kebijakan menjadi solusi yang jelas (Ingram, Schneider dan deLeon dalam Sabitier (2007:94)). Kebijakan yang terbingkai dengan baik akan diterima dengan baik. Hal ini membuat kebijakan dapat menjadi menipu, kompleks, dan buram. Melalui kebijakan ini, pemilik modal akan memanfaatkan peluang ini guna mencapai tujuan tersembunyi dari dibentuknya kebijakan ini.

Skema dari dibentuknya populasi sasaran (*target populations*) hingga menghasilkan kebijakan yang menipu, buram dan ambivalen ini merupakan bentuk dari kapitalisme baru di Indonesia. Skema ini nantinya berujung terhadap kerugian yang dialami oleh populasi sasaran (*target populations*) yang dibentuk oleh pemilik modal. Oleh karena itu, teori konstruksi

sosial ini akan menjelaskan dan sekaligus membedah bagaimana Yakult sebagai pemilik modal dalam membentuk dan menjalankan kebijakan memberdayakan perempuan sebagai *Yakult Lady* dengan populasi sasaran yaitu ibu-ibu rumah tangga. Dalam proses membentuk dan menjalankan *Yakult Lady*, Yakult menggunakan kata-kata yang bermuatan politis. Dengan demikian, kerahasiaan, kerumitan, penipuan, dan ketidakjelasan dapat ditemukan lewat komunikasi Yakult dalam proses pemberdayaan *Yakult Lady*.

Konsep Kapitalisme

Kapitalisme baru mengacu pada bentuk baru kapitalisme yang muncul dari transformasi kontemporer. Transformasi ini secara bersamaan sebagai 'penataan ulang' dan 'penskalaan ulang' (Jessop, 2000 dalam Fairclough 2002:163). Sebuah 'penataan kembali', dalam artian ada pergeseran relasi antara domain atau bidang kehidupan sosial yang berbeda - yang paling jelas antara bidang ekonomi dan bidang lain (termasuk bidang politik, pendidikan dan seni), termasuk penjajahan dan bidang lain yang terkait dengan ekonomi. Selain itu, kapitalisme baru saat ini sudah mulai merambat ke wilayah identitas yakni pekerja-pekerja tidak lagi di *reward* dengan "uang atau ekonomi" melainkan di *reward* dengan kata-kata yang dikomunikasikan terhadap pekerja yang mempengaruhi pola pikir mereka sehingga para pekerja tidak merasa dirugikan melainkan merasa dihargai dan dihormati.

Konsep Eufemisme

Menurut Sutarno (1998) (dalam Bahri S, 2009), Eufemisme terbagi menjadi 3 kategori yaitu kategori baik yang berhubungan dengan sopan santun, kategori buruk untuk mempolitisir suatu makna yang sebenarnya bersifat politis, dan kategori manipulasi kenyataan. Eufemisme yang pada awalnya bertujuan untuk memperhalus kata-kata kasar dalam berkomunikasi, namun, seiring berjalannya waktu, saat ini eufemisme digunakan oleh sebagian orang sebagai komoditas politik untuk mencapai tujuannya sehingga masyarakat terkadang sulit untuk membedakan makna suatu kenyataan dan kebohongan dari bahasa yang dikomunikasikan orang tersebut.

Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan merujuk pada kemampuan seseorang atau kelompok yang rentan dan lemah. Pemberdayaan terhadap masyarakat baik dilakukan jika tujuannya untuk memberdayakan masyarakat tersebut. Namun, pemberdayaan juga bisa menjadi sebuah masalah jika digunakan untuk kepentingan pribadi dari kelompok atau orang yang membuat pemberdayaan tersebut.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penulis memilih menggunakan metode penelitian kualitatif karena penelitian kualitatif dirasa paling tepat untuk mengumpulkan data mengenai permasalahan yang diangkat pada penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memahami bagaimana realitas pekerja perempuan dibalik pekerjaan *Yakult Lady*. Dalam merekonstruksi realitas-realitas tersebut, penulis akan menceritakan atau mendeskripsikan suatu cerita atau pengalaman dari realitas kehidupan pekerja *Yakult Lady*. Maka, pada penelitian kualitatif ini, pendekatan yang digunakan ialah pendekatan naratif.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung informan-informan yang terkait dengan *Yakult Lady*. Data sekunder, penulis melakukan telaah pustaka sebagai data pendukung untuk mempertegas data primer dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, koran dan data-data lainnya terkait dengan *Yakult Lady*.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mengambil sampel dengan tidak berdasarkan *random*, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto S, 2010:137).

Menurut Suyanto dan Sutinah (2005:171-172), informan penelitian ini meliputi tiga macam yaitu: 1) Informan kunci (key informan), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan kunci ialah *Yakult Lady* dan mantan *Yakult Lady*. 2) Informan utama, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah

departemen *Yakult Lady*. 3) Informan tambahan, yaitu mereka yang tidak terlibat langsung namun mengetahui informasi terkait penelitian ini. Informan tambahan dalam penelitian ini ialah Center Koordinator (Ceko).

Untuk memperoleh data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data Czarniawska (dalam Creswell, 2007:70), menyebutkan ada tiga cara untuk mengumpulkan data antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014:31) yaitu Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Lalu, data-data dari penelitian ini nantinya akan disajikan dalam bentuk teks narasi dari hasil analisis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan Perempuan *Yakult Lady*

Perempuan yang bekerja sebagai *Yakult Lady* ialah ibu-ibu rumah tangga. *Yakult Lady* sendiri terbentuk sebagai upaya pemberdayaan perempuan dan sekaligus membantu perekonomian suami dalam keluarga. Tujuan dipilihnya hanya ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *Yakult Lady* pun karena dinilai lebih fokus terhadap tujuan pekerjaannya dan memiliki kemistri yang lebih cepat nyambung terhadap pelanggannya. Dimana fokus utama dari penjualan Yakult ialah rumah

tangga, jadi untuk memasuki sebuah rumah tangga tentu lewat ibu rumah tangga.

***Yakult Lady* sebagai Agen**

Yakult Lady merupakan agen bebas dalam memasarkan produk Yakult. Sedari awal, Yakult sudah menetapkan bahwa pekerjaan *Yakult Lady* itu tidak terikat dan bebas. Mereka juga tidak bisa mengangenkan lagi ke orang lain.

Syarat menjadi seorang *Yakult Lady*

Pertama, seorang *Yakult Lady* haruslah perempuan yakni seorang ibu rumah tangga. Kedua, *Yakult Lady* di Kecamatan Kandis, *Yakult Lady* harus berusia 25-40 tahun. Ketiga, seorang *Yakult Lady* minimal harus memiliki anak paling kecil berusia 3 tahun yang dinilai sudah bisa dilepas saat bekerja. Keempat, *Yakult Lady* harus memiliki izin dari suami sebelum menjadi *Yakult Lady*. Kelima, *Yakult Lady* harus memiliki komitmen dalam keseriusan untuk tidak meninggalkan pekerjaan ini dalam kurun waktu tertentu. Hal ini dinyatakan melalui kesepakatan, bukan secara tertulis. Selain syarat-syarat tersebut, seorang *Yakult Lady* minimal menempuh pendidikan SMP, bisa mengendarai sepeda motor dan memiliki sepeda motor.

Sistem Kerja dan Fasilitas *Yakult Lady*

Pertama, jam kerja *Yakult Lady* setiap harinya diwajibkan bekerja selama 5 jam dalam sehari. Meskipun demikian, ada juga *Yakult Lady* yang sudah ditentukan waktu bekerjanya. Ketentuan ini tidak ada secara tertulis.

Kedua, Yakult bekerja setiap hari, namun untuk hari minggu dan hari libur tidak diwajibkan. *Yakult Lady* sebagai agen memiliki sistem kerja yang tidak terikat. Mereka pada umumnya tidak memiliki ketentuan waktu dalam bekerja dan tidak mewajibkan bekerja pada hari libur. Semuanya tergantung terhadap *Yakult Lady*. Namun, jika ingin liburan, *Yakult Lady* harus memberikan alasan dibalik libur tersebut. *Yakult Lady* menerima produk Yakult setiap 2 hari sekali yang diantarkan oleh DD (*dropping driver*) ke rumah *Yakult Lady* langsung. Oleh karena itu, sebelum izin untuk cuti atau libur, *Yakult Lady* harus memberitahukan dari jauh-jauh hari mengenai libur atau cutinya. Jikapun *Yakult Lady* ingin tetap berjualan, maka dapat diwakilkan oleh keluarga dengan ketentuan layaknya *Yakult Lady* yakni memakai seragam *Yakult Lady*. Apabila pengganti *Yakult Lady* (*helper*) tidak bisa melanjutkan pekerjaan ini, maka *Yakult Lady* yang bersangkutan akan dipecat secara tidak langsung dan tidak diperbolehkan lagi menjadi *Yakult Lady*.

Ketiga, pengawasan yang dilakukan Yakult terhadap *Yakult Lady* dalam bekerja. Pengawasan ini dilakukan di awal *Yakult Lady* bekerja oleh *dropping driver* (DD).

Keempat ialah terkait fasilitas yang diberikan kepada *Yakult Lady*. Adapun fasilitasnya ialah persiapan ataupun bekal yang diterima atau diberikan oleh Yakult kepada *Yakult Lady* sebelum terjun ke lapangan dalam menjual serta memasarkan produknya. Dalam mempersiapkan seorang *Yakult Lady*, ada begitu banyak tahap yang

harus dilalui oleh *Yakult Lady* yaitu mulai dari seminar, ujian, magang hingga bekerja sebagai *Yakult Lady*.

Kelima, fasilitas kendaraan dalam menjual dan memasarkan produk Yakult. Di Kecamatan Kandis, dalam menjual produk Yakult, kendaraan yang digunakan *Yakult Lady* ialah sepeda motor. Kendaraan ditanggung oleh *Yakult Lady* itu sendiri dan ini merupakan salah satu persyaratan bahwa memiliki kendaraan ada wajib. Selain itu, ongkos dari kendaraan dalam menjual Yakult ditanggung oleh *Yakult Lady* itu sendiri. Namun, Yakult memberikan uang kompensasi setiap bulannya diluar dari hasil penjual *Yakult Lady* sehari-harinya. Secara tidak langsung, uang kompensasi inilah yang digunakan untuk membayar ongkos bensin dari kendaraan. Mengenai biaya kerusakan dari perbaikan motor sendiri juga ditanggung oleh *Yakult Lady*.

Keenam, fasilitas asuransi terhadap *Yakult Lady* sebagai agen bebas di Yakult. *Yakult Lady* memperoleh fasilitas asuransi kecelakaan dengan ketentuan harus memiliki surat dari dokter supaya bisa diklaim.

Ketujuh, ialah sanksi atau teguran atau hukuman yang diberikan Yakult kepada *Yakult Lady* jika melakukan kesalahan atau diluar dari perjanjian kerja. Fasilitas-fasilitas yang diperoleh *Yakult Lady* harus digunakan, jika tidak digunakan maka mereka akan ditegur. Teguran ini tidak ada secara tertulis, melainkan secara komunikasi saja. Selain itu, *Yakult Lady*

juga akan ditegur jika berjualan Yakult di tempat yang bukan areanya sendiri. Lalu, juga akan ditegur jika target hariannya tidak tercapai, dan tidak libur tanpa pemberitahuan. Teguran-teguran ini disebut sebagai edukasi kepada *Yakult Lady*.

Penghasilan *Yakult Lady*

Setiap *Yakult Lady* memiliki penghasilan yang berbeda dikarenakan penghasilan mereka tergantung pada target penjualan harian. Target penjualan ini sendiri sudah ditentukan oleh pusat kantor cabang berdasarkan dengan kemampuan area yang dipegang oleh *Yakult Lady*.

Target harian *Yakult Lady* ini tidak ada ketentuan secara tertulis dan pihak Yakult menyatakan bahwa target harian ini tidak wajib untuk dilakukan. Hal ini tergantung dengan kebutuhan ibu-ibu *Yakult Lady*. Pihak Yakult hanya membantu mewujudkan kebutuhan atau keinginan *Yakult Lady* dengan mem-*break down* berapa banyak Yakult yang harus dijual untuk mewujudkan kebutuhan si ibu *Yakult Lady*.

Target harian ini secara tidak langsung menjadi kewajiban yang harus dilakukan *Yakult Lady* setiap harinya. Yakult yang dikirimkan setiap 2 hari sekali ke rumah masing-masing *Yakult Lady* bukan dibeli langsung oleh *Yakult Lady* yang kemudian dijual. Namun, Yakult hanya menerima begitu saja yang kemudian dijual sesuai dengan ketentuan harga dari Yakult yaitu Rp8.700. Harga Rp8.700 untuk ke *took* atau warung dan harga Rp9.000 untuk ke rumah-rumah. Dalam memasarkan produk yakult, porsi nya ialah 30% toko dan 70% rumah-rumah masyarakat.

Perhitungan gaji *Yakult Lady* berdasarkan target harian ialah hasil penjualan selama sebulan ditambah dengan insentif yang diberikan oleh *Yakult*. Hasil penjualan ini dihitung dengan selisih harga antara harga *Yakult* yang ditawarkan kepada *Yakult Lady* dan harga yang ditawarkan *Yakult Lady* kepada pelanggan. Adapun untung dari selisih harga yang diperoleh oleh *Yakult Lady* ialah Rp300 per pak. Keuntungan ini diperoleh dari berjualan ke rumah-rumah dan porsi berjualan ke rumah tangga ialah 70% dari target harian yang sudah ditentukan. Perhitungan insentif ini tidak diketahui bagaimana rinciannya karena ini berkaitan dengan hasil penjualan rata-rata *Yakult Lady*. Jadi, setiap *Yakult Lady* memiliki perhitungan insentif dan gaji yang berbeda setiap bulannya.

Penghasilan *Yakult Lady* Berdasarkan Target Harian:

Ibu Sari Dewi Hutagalung (*Yakult Lady* 1)

NO	TARGET	PORSI	HARGA	TOTAL
1	568 botol/hari atau 114 pack	170 botol / 35 pack	Rp8.700	Rp304.500
2		398 botol / 79 pack	Rp9.000	Rp711.000
Penghasilan <i>Yakult Lady</i> per hari*				Rp23.700
Penghasilan <i>Yakult Lady</i> per bulan (30 hari)				Rp711.000

Ibu Nurma (*Yakult Lady* 2)

NO	TARGET	PORSI	HARGA	TOTAL
1	250 botol/hari atau 50 pack	75 botol / 15 pack	Rp8.700	Rp130.500
2		175 botol / 35 pack	Rp9.000	Rp315.000
Penghasilan <i>Yakult Lady</i> per hari*				Rp10.500
Penghasilan <i>Yakult Lady</i> per bulan (30 hari)				Rp315.000

Manfaat dan Kendala menjadi *Yakult Lady*

Salah satu manfaatnya tentu menambah penghasilan suami dan penghasilan *Yakult Lady* juga dapat memenuhi kebutuhan yang lainnya juga. Selain itu, manfaat yang dapat diperoleh ialah memiliki pertemanan yang luas karena *Yakult Lady* akan saling berkenalan dengan sesama *Yakult Lady*.

Namun, setiap pekerjaan tentu memiliki kendala meskipun suatu pekerjaan memiliki banyak manfaat. Begitu juga dengan *Yakult Lady*. Kendala yang dapat terjadi juga ialah penolakan dari pembeli yang tidak mau membeli *Yakult*. Hal ini juga menjadi tantangan bagi *Yakult Lady* untuk bisa menjual seluruh *Yakult* setiap harinya sesuai dengan target harian. Meskipun demikian, tiap *Yakult Lady* tentu memiliki kendala yang berbeda-beda.

Analisis Hasil Temuan dengan Landasan Teori

Teori kritis Max Horkheimer hadir untuk mengkritisi kata-kata yang dikomunikasikan *Yakult* terhadap *Yakult Lady*. Teori kritis melihat bahwa pekerja di zaman ekonomi saat ini tidak menyadari bahwa dirinya sedang dieksploitasi atau tidak karena kata-kata yang dikomunikasikan oleh pemilik modal mempengaruhi psikologis pekerja. Maka, banyak dari pekerja saat ini tidak di reward dengan uang atau ekonomi melainkan dengan kata-kata manis yang membuat senang para pekerjanya. Pendistribusian eksploitasi ini merupakan bentuk kapitalisme baru di Indonesia. Maka, mengkritisi dengan merekonstruksi

kata-kata yang memuat maksud dan tujuan politik kapitalis atau pemilik modal diharapkan dapat memberikan kesadaran serta membebaskan *Yakult Lady* dari eksploitasi halus yang selama ini diperoleh mereka. Teori kritis berkontribusi pada pengembangan kesadaran kritis dan emansipatoris praktik manusia dalam melihat realitas sosial yang penuh dengan ketimpangan dan ketidakadilan khususnya di dunia kerja. Maka, teori kritis berusaha untuk mengungkap dan mempertanyakan asumsi dan praduga terhadap suatu realitas yang ada.

Konsep ego yang materialis ini memberikan kesadaran kepada pekerja *Yakult Lady* untuk membebaskan diri dari eksploitasi halus yang mereka peroleh. Lewat konsep ini akan dikritisi realitas pekerja *Yakult Lady* melalui kata-kata yang dikomunikasikan Yakult. Realitas ini akan direkonstruksi sehingga akan kelihatan bahwa *Yakult Lady* dieksploitasi. Intinya, konsep ego materialis ini ingin memberikan kesadaran kepada *Yakult Lady* bahwa mereka sedang dieksploitasi.

Aspek *pertama* ialah terbentuknya *Yakult Lady* sebagai bentuk pemberdayaan terhadap perempuan. Pemberdayaan terhadap perempuan ini merupakan langkah baik yang dilakukan oleh Yakult dalam memanfaatkan peluang. Dalam hal ini terkait mengenai posisi pekerja perempuan dalam dunia kerja. Posisi pekerja perempuan dalam dunia kerja acap kali merugikan pihak perempuan. Kerugian yang sering terjadi ialah eksploitasi terhadap perempuan dengan

memanfaatkan berbagai kekurangan perempuan. Kondisi ini dimanfaatkan oleh Yakult yakni dengan menciptakan pemberdayaan yang baik terhadap perempuan. Namun, nyatanya peluang ini hanya sebagai banteng yang digunakan Yakult untuk membuat kesan baik terhadap masyarakat sehingga hal-hal politis dibalik proses pemberdayaan terhadap perempuan tidak kelihatan.

Aspek *kedua* ialah *Yakult Lady* sebagai agen. Agen pada umumnya bersifat tidak terikat memiliki kebebasan dalam bekerja. Agen mempunyai waktu yang fleksibel dalam menjual produknya dan tidak memiliki target yang ditentukan. Pengertian agen ini tidak sesuai dengan realitas pekerja *Yakult Lady* dimana *Yakult Lady* memiliki target harian untuk dicapai setiap harinya. Target harian ini menjadi penentu pendapatan seorang *Yakult Lady*. Jika ingin mempunyai pendapatan yang tinggi, maka agen harus menjual produk yang banyak juga. Jadi pendapatan atau penghasilan seorang agen tergantung terhadap penjualannya. *Yakult Lady* sebagai agen bebas Yakult memang tidak terikat. Mereka secara tertulis tidak memiliki jadwal untuk berjualan, tetapi mereka diwajibkan berjualan selama 5 jam dalam sehari.

Aspek *ketiga* ialah dipilihnya ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *Yakult Lady*. Jika direkonstruksi, Yakult secara tidak langsung memanfaatkan posisi dan situasi dari peran ibu rumah tangga itu sendiri. Ibu rumah tangga, maaf, yang keluarganya memiliki ekonomi yang kurang tentu akan melakukan pekerjaan apapun

guna mendapatkan penghasilan tambahan. Jika dilihat dari pekerjaan *Yakult Lady* yang memiliki target harian yang harus dicapai, kerja setiap hari, keliling naik motor kesana kemari, dan tidak ada penghasilan wajib tentu pekerjaan ini cukup berat bagi mereka. Ibu rumah tangga harus bisa mengatur waktunya dalam menjalankan perannya sebagai istri, ibu rumah tangga, dan pekerja. Alasan ibu rumah tangga tetap bekerja sebagai *Yakult* dikarenakan situasi mereka sendiri dan support dari sesama *Yakult* serta sugesti dari pihak *Yakult* untuk tetap semangat mencapai impian-impian mereka.

Aspek *keempat* ialah panggilan *lady* dalam sebutan *Yakult Lady*. Panggilan ini merupakan bentuk penghormatan secara halus yang dikomunikasikan oleh *Yakult* kepada ibu-ibu *Yakult Lady*. Padahal pekerjaan *Yakult Lady* ialah panggilan yang lebih halus dari seorang SPG. Maka, perempuan yang bekerja ini tidak merasa diremehkan seperti pekerja perempuan pada umumnya, melainkan dihormati dan dihargai melalui sebutan *lady* ini. Selain itu, ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *Yakult Lady* lebih nyaman karena sebutan *Lady* sendiri merupakan panggilan untuk wanita yang terhormat. Realitasnya, sebutan ini hanyalah sebagai kiasan semata untuk menutupi tujuan eksploitasi yang secara halus dilakukan kepada *Yakult Lady*.

Aspek *kelima* ialah penghasilan yang diperoleh seorang ibu *Yakult Lady*. Hasil wawancara penelitian ini menyatakan bahwa penghasilan *Yakult Lady* tergantung

dengan penjualan harian mereka. Artinya, *Yakult Lady* tidak memiliki penghasilan bulanan tetap, melainkan penghasilan yang bergantung pada target harian. Target harian ini pun sudah ditentukan oleh pusat sejak awal. Jika target harian ini tidak tercapai, maka *Yakult Lady* harus menjualnya kembali di esok hari bersamaan dengan target harian di hari tersebut. Jika target ini tetap tidak bisa terjual, maka *Yakult* akan “dibimbing” kembali atau sebenarnya merupakan teguran secara komunikasi dari pihak *Yakult*.

Hasil penjualan harian yang berdasarkan target ini nantinya akan diserahkan langsung kepada *Dropping Driver* (DD). Penghasilan tersebut akan dikumpulkan dan pada awal bulan, *Yakult Lady* akan menerima penghasilan tersebut secara bulanan. Penghasilan ini dapat berubah sesuai dengan kapasitas *Yakult Lady* dalam memaksimalkan penjualannya. Namun, jika target harian tidak terpenuhi maka *Yakult Lady* akan dibimbing hingga bisa memperoleh target harian yang sudah ditentukan tersebut. *Yakult* yang memiliki tujuan dalam menjaga dan meningkatkan hasil penjualan mereka, tentu memberikan dorongan serta motivasi kepada *Yakult Lady* untuk memiliki penghasilan yang tinggi dengan target yang *Yakult* tentukan sendiri.

Aspek *keenam* ialah relasi antar sesama *Yakult Lady* yang diperoleh sebagai manfaat. Melalui relasi ini, *Yakult Lady* secara tidak langsung mempunyai komunitas. Baik itu komunitas di tingkat

wilayah, tingkat provinsi dan komunitas *Yakult Lady* seluruh Indonesia. Hasil wawancara terhadap *Yakult Lady* menyatakan bahwa *Yakult Lady* sangat kompak antara satu dengan yang lainnya. Hal ini tampak pada uluran tangan atau sikap saling menolong *Yakult Lady* terhadap sesama *Yakult Lady* yang membutuhkan. Misalnya ada *Yakult Lady* yang sedang mengalami kesulitan secara ekonomi, maka *Yakult Lady* lainnya akan saling membantu dengan mengumpulkan uang secara sukarela. Kegiatan ini baik secara manusiawi, namun jika dikritisi nyatanya *Yakult* telah berhasil membentuk pekerjaannya yang mandiri dimana *Yakult* tidak perlu lagi untuk mengeluarkan dana terhadap pekerjaannya.

Teori kelompok sasaran (*target groups*) Anne Schneider dan Hellen Ingram ini akan menjelaskan bagaimana sebuah kelompok sasaran (*target groups*) ini terbentuk lewat kebijakan yang dibentuk oleh pemilik modal. Dalam penelitian ini, *Yakult Lady* ialah kelompok sasaran (*target groups*) yang dibentuk oleh *Yakult*. Teori ini hadir untuk membedah dan menjelaskan alasan dibalik dibentuknya *Yakult Lady* serta bagaimana realitas dari proses pemberdayaan terhadap *Yakult Lady* ini.

Posisi ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *Yakult* nyatanya secara diam-diam telah dimanfaatkan jika dilihat dari realitas yang ada di lapangan. Kata-kata yang dikomunikasikan *Yakult* dalam memberdayakan *Yakult Lady* memang terlihat meringankan pekerjaan dari *Yakult Lady* itu sendiri, nyatanya ada eksploitasi

halus yang tersembunyi dibaliknya. Kata-kata yang dikomunikasikan *Yakult* ini antara lain “pemberdayaan”, “agen”, “tidak terikat”, “ibu rumah tangga”, “*lady*”, “target harian” dan “relasi”.

Kata-kata tersebut jika direkonstruksi berdasarkan realitasnya di lapangan merupakan jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk membentuk kelompok sasaran *Yakult Lady*. Adapun pertanyaan-pertanyaannya antara lain: 1) Apa permasalahan sosial yang bisa dimanfaatkan melalui sebuah kebijakan? yaitu melakukan pemberdayaan terhadap perempuan. Permasalah gender menjadi isu yang tidak pernah hilang di masyarakat khususnya perempuan. Perempuan yang menjadi target eksploitasi dalam dunia kerja menjadi sorotan dalam masyarakat. Maka membuat kebijakan pemberdayaan perempuan ialah menjadi langkah yang baik dalam memperoleh kesan baik di masyarakat., 2) Apa yang perlu dilakukan untuk menghindari kewajiban pemberian hak-hak pekerja kepada ibu rumah tangga? yaitu menjadikan *Yakult Lady* sebagai agen bebas. Status agen ini menjadi tameng untuk menghindari hak-hak pekerja pada umumnya seperti lembur, gaji pokok, asuransi, dan hari libur., 3) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat pekerja ibu rumah tangga yang memasarkan produk *Yakult* merasa dihormati dan dihargai? yaitu memberikan sebutan *Lady* dalam kata *Yakult Lady*. *Lady* menjadi sebutan yang lebih sopan dibandingkan dengan SPG yang memiliki pekerjaan yang sama dengan *Yakult Lady*.,

4) Apa yang bisa dilakukan dalam memanfaatkan situasi pekerja dalam mendukung penjualan Yakult? yaitu memperkerjakan ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga memiliki peran dan tanggung jawab yang lebih banyak membantu penghasilan rumah tangganya dibandingkan dengan anak gadis. Maka situasi ini secara langsung menjadi motivasi ibu rumah tangga untuk melakukan pekerjaan. 5) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat ibu-ibu rumah tangga tertarik, mau dan betah menjadi *Yakult Lady* dalam menjual sekaligus memasarkan produk Yakult? yaitu membuat pekerjaan *Yakult Lady* tidak terikat. Pekerjaan yang tidak terikat membuat *Yakult Lady* bebas dalam menentukan jam kerja. Ibu-ibu rumah tangga akan lebih leluasa untuk membagi waktunya sebagai istri, ibu dan pekerja dalam waktu yang bersamaan., 6) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat pekerja *Yakult Lady* memiliki semangat bekerja yang tinggi dalam menjual produk Yakult? yaitu dibuatnya target harian. Besarnya target harian ini juga merupakan hasil *breakdown* dari impian *Yakult Lady* ingin dicapai., 7) Apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan dan mempertahankan semangat bekerja *Yakult Lady* setiap harinya? yaitu relasi. Relasi antar sesama *Yakult Lady* menjadi dorongan sekaligus motivasi dalam bekerja dan hal ini membuat antar *Yakult Lady* tetap semangat dalam mencapai target harian mereka. Pertanyaan-pertanyaan ini menjawab eksploitasi halus yang dilakukan Yakult lewat kata-kata yang dikomunikasikannya

dalam membentuk *Yakult Lady* sebagai pemberdayaan *Yakult Lady*.

Analisis Hasil Temuan dengan Eufemisme

Dalam penelitian ini, ditemukan kata-kata “pemberdayaan”, “agen”, “tidak terikat”, “ibu rumah tangga”, “*lady*”, “target harian” dan “relasi” yang mengalami eufemisme. Kata-kata tersebut digunakan Yakult sebagai komunikasi dalam pemberdayaan yang dilakukan terhadap *Yakult Lady*. Maka, kata-kata ini akan dianalisis melalui realitas pekerja perempuan *Yakult Lady* di lapangan.

Pertama, pemberdayaan perempuan *Yakult Lady*. Pemberdayaan yang dilakukan oleh Yakult terhadap *Yakult Lady* dengan memperkerjakan ibu-ibu rumah tangga dinilai menjadi hal baik oleh masyarakat. Nyatanya dalam proses pemberdayaan tersebut terdapat eksploitasi yang dilakukan oleh Yakult melalui sistem kerja *Yakult Lady*. Pemberdayaan ini merupakan eufemisme dari eksploitasi yang dilakukan oleh Yakult.

Kedua, *Yakult Lady* sebagai agen bebas. Realitas yang terjadi di lapangan ialah *Yakult Lady* sebagai agen bebas nyatanya memiliki target harian, wilayah yang dibatasi sedari awal dan ditentukan langsung oleh Yakult, memiliki seragam wajib dalam bekerja, dibimbing dan diawasi oleh Yakult, bekerja setiap hari, dan harus memberikan alasan jika ingin libur kerja. Realitas ini berbanding terbalik dengan pengertian agen pada umumnya. Maka,

agen ialah bentuk eufemisme dari kata buruh harian lepas dan terikat.

Ketiga, ibu rumah tangga sebagai *Yakult Lady*. Yakult menilai bahwa ibu-ibu rumah tangga lebih antusias dan bersemangat karena memiliki tanggungan jawab yang lebih untuk membantu penghasilan keluarganya. Oleh karena itu, Yakult dalam posisi ini juga secara tidak langsung memanfaatkan situasi ibu rumah tangga itu sendiri. Selain itu, dipekerjakannya ibu rumah tangga juga untuk menghemat biaya pengeluaran seperti tempat tinggal. Ibu rumah tangga ini merupakan eufemisme dari kata pengangguran.

Keempat, sebutan *Lady* dalam kata "*Yakult Lady*". Sebutan *Lady* dinilai lebih sopan dan membuat *Yakult Lady* menjadi lebih dihormati serta dihargai. Padahal pekerjaan yang dilakukan oleh *Yakult Lady* tidak jauh berbeda dengan *Sales Promotion Girls* (SPG). Maka, *Lady* dalam sebutan *Yakult Lady* merupakan eufemisme dari *Sales Promotion Girls* (SPG).

Kelima, target harian *Yakult Lady*. Yakult tidak mengakui adanya target harian ini. Namun, hasil wawancara terhadap *Yakult Lady* ditemukan bahwa setiap *Yakult Lady* memiliki target harian yang harus dicapai setiap harinya. Target harian tersebut pun berbeda-beda untuk setiap *Yakult Lady*. Jika target harian ini tidak bisa terpenuhi di hari itu, maka Yakult harus menjualnya di esokan harinya. Produk yang tidak terjual dan *expired* akan ditanggung oleh *Yakult Lady*. Target harian ini merupakan gaji *Yakult Lady*. Semakin tinggi target

hariannya, maka semakin tinggi juga penghasilannya. *Yakult Lady* tidak memiliki gaji yang tetap. Maka, target harian ini merupakan eufemisme dari penghasilan seorang *Yakult Lady*.

Keenam, relasi sesama *Yakult Lady*. Sesama *Yakult Lady* memiliki relasi yang baik seperti keluarga. Nantinya, *Yakult Lady* akan mengumpulkan dana untuk menolong *Yakult Lady* yang membutuhkan. Melalui hubungan relasi antar sesama *Yakult Lady* ini membuat Yakult tidak perlu mengeluarkan biaya pengeluaran seperti bela sungkawa terhadap *Yakult Lady* yang mengalami kesulitan. Lalu, sesama *Yakult Lady* juga akan saling memotivasi sesamanya jika semangat bekerja *Yakult Lady* lainnya sedang menurun. Di sini, Yakult tidak perlu mengeluarkan kegiatan extra untuk meningkatkan semangat *Yakult Lady*. Maka, relasi antar sesama *Yakult Lady* ini merupakan eufemisme dari kata kelompok sasaran.

5. Kesimpulan

Lewat konsep ego yang materialis dalam teori kritis Max Horkheimer, ditemukan bahwa kata-kata "pemberdayaan", "agen", "tidak terikat", "ibu rumah tangga", "*lady*", "target harian" dan "relasi" mempengaruhi psikologis pekerja yang saat ini tidak lagi berpikir secara rasional. Pekerja *Yakult Lady* merasa bebas dan tidak dirugikan, namun realitasnya kata-kata tersebut merupakan bentuk eufemisme dari "diberdayakan nyatanya dieksploitasi", "agen yang nyatanya ialah buruh harian lepas dan terikat", "ibu rumah tangga ialah eufemisme

dari kata pengangguran”, “Lady ialah eufemisme dari kata *Sales Promotion Girls*”, “penghasilan ialah eufemisme dari kata target harian”, dan “relasi ialah eufemisme dari kelompok sasaran”.

Teori konstruksi sosial kelompok sasaran (*the social construction of target groups*) dari Anne Schneider dan Hellen Ingram membantu penelitian ini untuk membedah dan menjelaskan alasan dibalik dibentuknya *Yakult Lady* sebagai kelompok sasaran (*target groups*). Alasan-alasan dibentuknya kelompok sasaran yaitu *Yakult Lady* dapat dijawab melalui beberapa pertanyaan yang sudah disusun oleh penulis. Adapun pertanyaan-pertanyaan tersebut antara lain 1) Apa permasalahan sosial yang bisa dimanfaatkan melalui sebuah kebijakan? yaitu melakukan pemberdayaan terhadap perempuan. 2) Apa yang perlu dilakukan untuk menghindari kewajiban pemberian hak-hak pekerja kepada ibu rumah tangga? yaitu menjadikan *Yakult Lady* sebagai agen bebas. 3) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat pekerja ibu rumah tangga yang memasarkan produk Yakult merasa dihormati dan dihargai? yaitu memberikan sebutan Lady dalam kata *Yakult Lady*. 4) Apa yang bisa dilakukan dalam memanfaatkan situasi pekerja dalam mendukung penjualan Yakult? yaitu memperkejakan ibu rumah tangga. 5) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat ibu-ibu rumah tangga tertarik, mau dan betah menjadi *Yakult Lady* dalam menjual sekaligus memasarkan produk Yakult? yaitu membuat pekerjaan *Yakult Lady* tidak

terikat. 6) Apa yang perlu dilakukan untuk membuat pekerja *Yakult Lady* memiliki semangat bekerja yang tinggi dalam menjual produk Yakult? yaitu dibuatnya target harian. 7) Apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan dan mempertahankan semangat bekerja *Yakult Lady* setiap harinya? yaitu relasi. Relasi antar sesama *Yakult Lady*.

Kedua teori ini memberikan kesimpulan bahwa pada penelitian ini terdapat eksploitasi tersembunyi yang tidak kelihatan terhadap pekerja *Ya kult Lady*. Eksploitasi ini dilakukan secara halus sehingga ibu-ibu yang bekerja ini merasa tidak dieksploitasi melainkan merasa dibantu dan dihargai lewat komunikasi-komunikasi Yakult. Nyatanya, ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *Yakult Lady* diberdayakan dan juga dieksploitasi dalam waktu yang bersamaan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagong, Suyanto, Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana
- Creswell, John W. (2007). *Qualitative inquiry & reseacrh design: Choosing among five approaches*. United States of America: SAGE Publications,

- Inc.
- Miles, M., Huberman, A., Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Mitsui, Izumi. (2020). *Cultural Translation of Management Philosophy in Asian Companies: Its Emergence, Transmission, and Diffusion in the Global Era*. Tokyo: Springer.
- Sabatier, P. (2007). *Theories of the policy process, edited by Paul A. Sabatier*. United States: Westview Press.
- Schneider, A. L., & Ingram, H. M. (Eds.). (2005). *Deserving and entitled: Social constructions and public policy*. United State of America: State University of New York Press.
- Sindhunata. (2019). *Dilema Usaha Manusia Rasional Teori Kritis Sekolah Frankfurt Max Horkheimer & Theodor W. Adorno*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jurnal:**
- Bahri, S. (2009). Eufemisme dalam Wacana Politik. *Jurnal Bahasa*, Vol. 18, No.2.
- Fairclough, Norman. (2002). Language in New Capitalism. *Journal of Discourse and Society*,. Vol. 13, No. 2.
- Fajarni, S. (2022). Teori Kritis Mazhab Frankfurt: Varian Pemikiran 3 (Tiga) Generasi Serta Kritik Terhadap Positivisme, Sosiologi, dan Masyarakat Modern. *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, Vol. 24, No. 72-95.
- Imron, M., & Sari, N. P. (2020). Society Centered: Marxist Approach, dari Eksploitasi hingga Alienasi Pekerja. *Dialektika. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Vol. 5, No. 1.
- Internet:**
- Kumparan. (2019). *Yakult, Tetap Andalkan Yakult Lady*. <https://kumparan.com/swaonline-admin/yakult-tetap-andalkan-yakult-lady-1sQKxPOEAum/full>. Diakses pada tanggal 20 November 2020.
- Naku, Kristianto. (2021). *Desain Budaya Kapitalisme Baru*. <https://www.kompasiana.com/kristiantonaku7768/608c1285d541df73ba02f502/desain-budaya-kapitalisme-baru>. Diakses pada tanggal 26 Agustus 2022.
- Wikipedia. (2020). *Kapitalisme*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kapitalisme>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2021.