BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha *distro*, banyak perubahan yang terjadi dalam aktivitas usaha untuk meraih sukses bagi perusahaan. Demikian juga halnya dengan persaingan di dunia usaha akan semakin ketat.

Trend yang berkembang di dunia *distro* saat ini menunjukan pertumbuhan pasar modern. Gejala ini mengglobal di belahan negara dunia maupun di kawasan asia. Berdasarkan *survey* **AC Nielsen** terbaru saat ini jumlah pasar tradisional di Indonesia sebanyak 1,7 juta atau sebesar 73 persen dari keseluruhan pasar yang ada. Sedangkan sisanya sebanyak 27 persen berupa pasar modern.

Pada perkembangan usaha distro tersebut, sebagian perusahaan mengalami banyak masalah terutama dalam memasarkan, banyak jalan ditempuh oleh perusahaan untuk mengatasi masalah tersebut.salah satunya yang ditempuh oleh perusahaan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti yang dikemukakan oleh **Hutang dan baruna** yang di kutip oleh **Tjipto (1997:1998)** untuk mendukung kesuksesan usaha eceran diperlukan strategi 7R yaitu:

Right propduct, Right Quality, Right Price, Right Time, Rght Service,Ight Place, Right Appeals

Right service atau memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, akan membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang dibelinya dan itu berdampak dalam meningkatkan niat konsumen untuk membeli ulang di perusahaan tersebut. Apabila konsumen sudah merasa puas, diharapkan konsumen kembali untuk membeli lagi dan bahkan menjadi pelanggan tetap dari satu perusahaan ataupun sebuah toko. Dengan memiliki pelanggan yang tetap atau yang loyal maka perusahaan itu bukan saja dapat bertahan dalam menghadapi persaingan tetapi perusahaan tersebut juga dapat berkembang dengan pesat.

Kualitas pelayanan pada suatu perusahaan bila buruk dan tidak dilaksanakan dengan baik dan benar, maka itu akan menghambat perkembangan perusahaan tersebut karena adanya ketikpuasan konsumen. Hal tersebut dapat menimbulkan kekecewaan sehingga mereka enggan untuk kembali pada perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu untuk dapat mengatasi ketatnya persaingan yang terjadi dimasa yang akan datang, maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat. Seprti yang dikemukakan **Jain** yang dikutip oleh **Tjiptono (91997:3)** yaitu:

Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berkut:

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas
2. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu

5. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif

Maka dari itu perusahaan harus melakukan strategi yang tepat terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Usaha-usaha pelayanan yang dilakukan oleh toko pengecer lebih banyak ditinjau pada pelayanan terhadap pembeli. Dalam memilih *retail store*, pembeli mempertimbangkan banyak hal. Faktor utama yang diperhatikan adalah yang berkaitan dengan kebutuhan ekonominya. Di lain pihak, kebutuhan emosional juga kadangkala mempengeruhi pilihannya. Faktor-faktor ekonomi yang relevan dalam memilih *retail store* antara lain meliputi **Tjiptono (1997:192)**

1. Harga
2. Kemudahan
3. Kualitas produk yang ditawarkan
4. Bantuan wira niaga
5. Reputasi kejujuran
6. Nilai yang ditawarkan
7. Jasa atau Barang khusus yang ditawarkan

Toko SCREAMOS merupakan perusahaan yang fungsi utamanya menjual produk kepada konsumen akhir untuk pemakain pribadi. Bergerak dalam bidang perdagangan. Produk yang dijual oleh SCREAMOS merupakan produk *non* jasa yang berupa, baju, celana, kemeja, jaket, dompet, ikat pinggang, sweater, topi, boxer, sandal,dan lain-lain.

Masalah pelayanan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dan selalu diperbaiki kekurangannya. Dalam hal ini perusahaan dituntut

kemampuannya untuk memberikan pelayanan dengan tepat dan terpercaya mengenai suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Konsumen dapat mmelihat kelebihan-kelebihan seperti pelayanan tambahan serta kemudahan-kemudahan dalam memperoleh produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas maka hal tersebut akan meningkatan keputusan konsumen membeli ulang pada perusahaan yang bersangkutan.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara orang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani orang lain.

1.2. Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan dari kerja praktek lapangan ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran pada distro SCREAMOS.
2. Untuk mengetahui hambatan prosedur pelayanan konsumen pada distro SCREAMOS.
3. Untuk mengetahui usaha yang di lakukan dalam mengatasi hambatan prosedur pelayanan konsumen pada distro SCREAMOS.

1.3. Kegunaan Kerja Praktek

Kegunaan yang diharapkan penulis adalah:

1. Bagi penulis

a. Memperoleh pengalaman yang berharga guna mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja atau dunia usaha.
b. Menambah ilmu pengetahuan, khususnya praktek dan wawasan yang belum didapat di bangku kuliah.
c. Mengetahui persis keadaan lingkungan kerja yang sebenarnya sebagai bahan perbandingan bagi pengetahuan teoritis yang didapat diperkuliahan.

2. Bagi perusahaan

a. Ikut menunjang program akademik, serta membantu pemerintah dalam menyiapkan tenaga kerja yang berpengalaman di bidangnya.
b. Sebagai upaya untuk membantu menyiapkan tenaga terampil bagi mahasiswa yang akan terjun ke dunia kerja.
c. Menjalin kerjasama dan saling mengenal antara Instansi kerja dan pendidikan, sehingga bisa dijadikan referensi untuk menyiapkan tenaga kerja yang lebih maju dan kompetitif.

3. Bagi Pihak Luar

Penelitian dalam Kuliah Kerja Praktek ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan.

1.4. Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Penulis melakukan kerja praktek di CV.ROTASINDO (SCREAMOS) Bandung Indah Plaza, yang beralamat di Jalan Merdeka No. 56 Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

Adapun waktu prosedur kerja praktek hingga penulisan laporan terhitung dari bulan Agustus 2010 sampai dengan Desember 2010, pukul 09.00 sampai dengan pukul 21.00 WIB.

Tabel 1.1

Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek

No.	Uraian	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	PelaksanaanKerjaPraktek	■	■	■	■																
2.	Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■								
3.	Bimbingan										■	■	■	■	■	■	■	■	■		
4.	EvaluasiLaporanKerjaPraktek																		■	■	
5.	PersiapanSidangLaporanKerjaPraktek																				■