

---

BAB 1  
PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pembangunan ekonomi di Negara kita telah mencapai laju pertumbuhan yang cukup tinggi, sementara itu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak pernah berhenti. Dimulai dari kebutuhan yang paling mendasar sampai kebutuhan yang paling mewah salah satunya yaitu kebutuhan akan pakaian jadi. Selain itu pakaian tidak hanya dianggap sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dasar saja tetapi juga mengarah kepada kebutuhan psikologis manusia yang dapat menunjang penampilan dan status social. Ini dapat dilihat dalam kehidupan manusia sehari-hari, dimana masyarakat banyak mengkonsumsi pakaian jadi yang memiliki kualitas yang baik, pelayanan yang baik, serta harga yang wajar.

Sehubungan dengan kebutuhan pakaian yang sangat mendasar itu dan melihat sikap masyarakat yang cenderung dinamis dengan mengikuti perkembangan jaman maka kebutuhan masyarakat akan kebutuhan pakaian jadi ini menjadi sebuah peluang bagi perusahaan saat ini untuk memproduksi dan menyalurkan produk-produk pakaian jadi. Maka industri pakaian jadi sangat menarik minat para investor sehingga banyak yang membuka usaha dibidang industri pakaian jadi. Seperti kita lihat banyak butik-butik, outlet-outlet, dan toko pakaian lainnya.

---

Untuk dapat memasarkan produk tidak cukup hanya dengan mengandalkan mutu dari produk tersebut. Demikian pula dengan masalah harga tidak menjadi jaminan jika perusahaan yang mampu memasarkan produknya dengan harga rendah akan dapat menguasai pangsa pasar. Tetapi lebih dari itu perusahaan harus mampu untuk memanfaatkan peluang lainnya, misalnya melalui peningkatan mutu pelayanan bagi konsumen.

Yang menjadi perhatian disini adalah strategi yang digunakan harus menganut kebutuhan konsumen serta memenuhi kepuasan konsumen atau bahkan melebihi harapan kepuasan konsumen akan mutu pelayanan pramuniaga. Pengadaan pramuniaga pada sebuah toko sangat berperan penting dalam kelangsungan aktivitas perusahaan, karena melalui kehadiran wiraniaga akan mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian. Bila kehadiran wiraniaga tidak memadai untuk membantu dalam melayani pelanggan dengan baik maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karena merasa tidak dihiraukan atau tidak pantas untuk membeli produk toko tersebut. Sedangkan bila keberadaan seorang wiraniaga dihilangkan pelanggan juga akan mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi tentang suatu produk. Sehingga sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan melalui keberadaan wiraniaga dengan baik agar setiap konsumen dapat mengetahui semua informasi tentang produk dan merasa puas dalam melakukan pembelian.

Untuk memuaskan pelanggannya Ching-Ching Fashion mengoptimalkan Pramuniaganya. Melalui Pramuniaga, perusahaan dapat berkomunikasi secara

---

langsung dengan para konsumen, mengidentifikasi keinginan konsumen, membina suatu hubungan yang baik dan juga dapat segera mengetahui keluhan-keluhan dari pelanggan, untuk dapat segera diambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya. Karena pembeli yang tidak puas cenderung untuk tidak membicarakannya dengan penjual, tetapi menceritakannya kepada orang lain, kemudian tidak melakukan pembelian ulang. Kabar buruk tentu akan cepat menyebar sehingga hal tersebut akan menjadi bom waktu bagi perusahaan.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan sehubungan dengan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul : “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuniaga Terhadap Kepuasan Pelanggan di CHING-CHING FASHION**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan pelayanan pramuniaga yang telah dilakukan Ching-Ching Fashion.
2. Seberapa besar pelaksanaan pelayanan pramuniaga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Ching-Ching Fashion.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data sehubungan dengan masalah yang telah didefinisikan sebelumnya untuk dapat diperoleh suatu analisis serta kesimpulan sebagai bahan penulisan skripsi yang

---

merupakan salah satu syarat dalam menenpuh ujian sidang sarjana dalam bidang Ekonomi- Manajemen di Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pengadaan pramuniaga yang telah dilakukan oleh Ching-Ching Fashion.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan pelayanan pramuniaga terhadap tingkat kepuasan pelanggan Ching-Ching Fashion.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Diharapkan dari hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi :

1. Perusahaan

Dapat menjadi bahan masukan dalam pengembangan perusahaan tersebut terutama untuk meningkatkan pelayanannya dimasa yang akan datang terutama dalam hubungannya dengan peranan pengadaan pramuniaga.

2. Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai penerapan teori dari ilmu yang penulis peroleh selama perkuliahan dan membandingkan dengan fakta yang ada serta melatih analisis dan pola berpikir secara sistematis.

3. Rekan-rekan Mahasiswa

Agar secara langsung atau tidak langsung memberikan masukan sumbangan pemikiran dan bahan perbandingan dalam penelitian mengenai tema yang sama.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Tujuan perusahaan dalam jangka pendek umumnya adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya melalui aktivitas penjualannya dalam upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan kontinuitas perusahaan.

Namun lebih dari itu strategi pemasaran perusahaan harus mampu mengidentifikasi unsur-unsur pokok lainnya dan tingkat kepentingan masing-masing bagi konsumen. Hal ini dikarenakan pemakai berdasarkan pengalamannya diharapkan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang pernah dipakainya dan menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain tentang perusahaan dan citra perusahaan.

Pramuniaga sebagai ujung tombak perusahaan diharapkan dapat membina hubungan yang lebih baik dengan para pelanggan. Untuk itulah manajemen Ching-Ching Fashion senantiasa berupaya untuk mengoptimalkan pelayanan melalui pramuniaganya agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan.

Unsur-unsur *Jasa* yang harus dimengerti oleh perusahaan menurut PHILIP KOTLER ( 1995, hal. 561) yaitu:

- Kehandalan ( Reliability )

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya sehingga konsumen akan merasa puas dan bersedia untuk menggunakan jasa tersebut dimasa yang akan datang. Misalnya ketepatan waktu dalam menyelesaikan produksi.

- Respon ( Responsibility )

Yaitu kemampuan untuk membantu memberikan jasa dengan cepat dan tepat.

- Keyakinan ( Assurance)

Yaitu pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan , karena informasi yang diterima pelanggan akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk.

- Empati ( Empathy)

Syarat untuk peduli, mem,berikan perhatian pribadi bagi pelanggan baik sebelum, pada saat, maupun setelah pembelian produk. Misalnya kesediaan untuk mendengarkan keluhan konsumen dan mau membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan.

- Berwujud ( Tangible)

Yaitu penampilan fisik, peralatan, personel dan medis komunikasi. Misalnya lokasi, kelengkapan komponen, serta segala sesuatu yang dapat menunjang kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi dengan perusahaan.

Dalam kaitan dengan lima unsur diatas, untuk dapat melayani pelanggan dengan baik seorang wiraniaga harus memiliki empat sikap pokok yaitu :

1. Reaksi

Seorang wiraniaga harus tanggap terhadap penolakan konsumen, tanggap terhadap keluhan-keluhan yang diajukan konsumen tentang suatu hal, juga

tanggap terhadap permintaan bantuan dari konsumen, dan tanggap terhadap ekspresi ketidakpuasan konsumen.

## 2. Sikap

Dalam sikap, seorang wiraniaga harus memiliki sikap sopan terhadap pelanggan, harus senantiasa memperhankan sikap ramah, energik atau bersemangat, mau membantu konsumen dalam mempermudah proses pembelianya, dan harus memperlihatkan sikap yang baik terhadap konsumen.

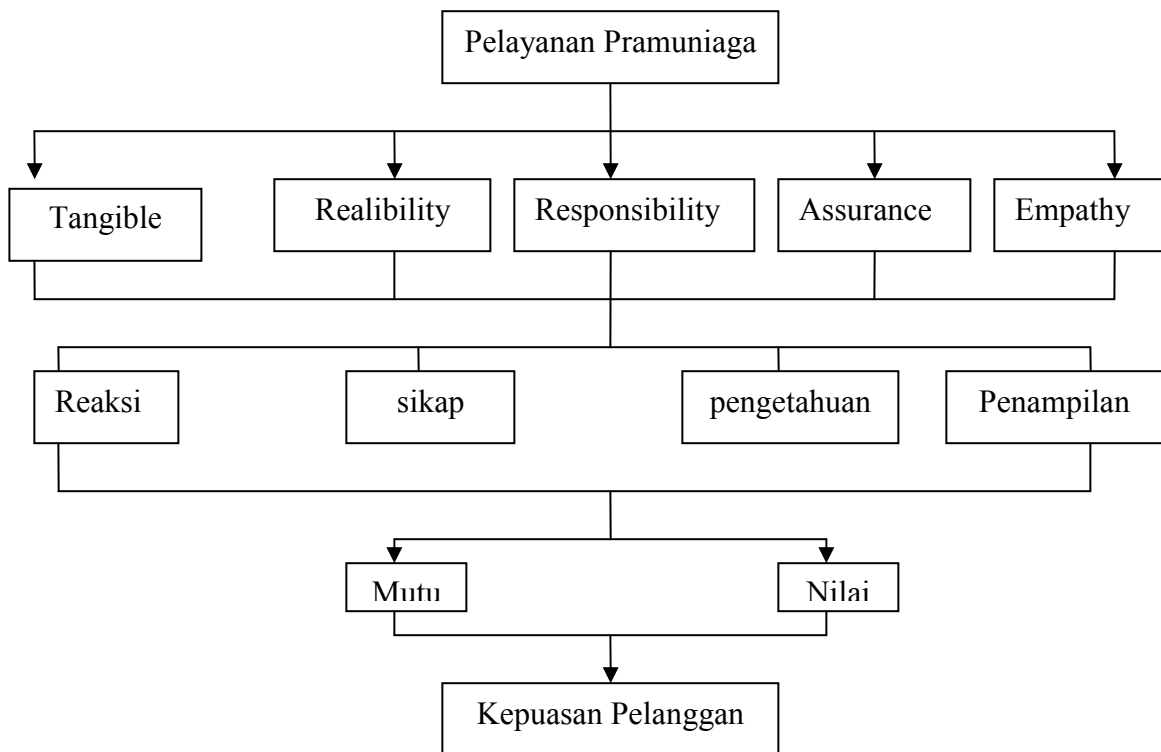
## 3. Pengetahuan

Pengetahuan yang luas tentang produk juga merupakan unsure penting yang dimiliki seorang wiraniaga dalam melakukan penjualannya. Juga ketangkasan yang dimiliki seorang wiraniaga untuk dapat menyajikan penjualannya dengan baik hingga dapat membawa seorang konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Selain itu sebaiknya wiraniaga juga harus memiliki pengetahuan diluar produk tersebut, misalnya tentang keunggulan dan kekurangan dari produk pesaing.

## 4. Penampilan

Seorang pramuniaga harus memiliki penampilan yang rapi, menarik, mengesankan, serta meyakinkan baik pada awal pertemuan dengan konsumen, pada saat melayani konsumen, maupun pada saat penutupan penjualan. Sehingga diharapkan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menunjang dalam meningkatkan kepuasan konsumen akan pelayanan perusahaan .

Untuk memudahkan dalam melihat hubungan antara unsur pelayanan dengan sikap pramuniaga dalam kaitannya dengan tercapainya kepuasan konsumen, dapat dilihat pada bagan kerangka pemikiran dibawah ini.





---

Seluruh point diatas merupakan faktor kunci dalam mengoptimalkan peranan pramuniaga di toko CHING-CHING FASHION karena dengan adanya pelayanan wiraniaga yang baik, maka konsumen akan merasa nyaman untuk melakukan pembelian di toko tersebut sehingga akhirnya pelanggan akan merasa puas untuk melakukan pembelian berikutnya.

Seperti juga uraian yang disampaikan oleh PHILIP KOTLER (1984, halaman 125) bahwa : “ semua jenis pelayanan konsumen haruslah dikoordinasikan dengan baik serta dimanfaatkan sebagai cara menciptakan kepuasan serta kesetiaan konsumen “

### **1.6. Hipotesa**

Dari seluruh uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran perusahaan harus mengetahui apakah perusahaan sudah dapat membantu pemenuhan kebutuhan dengan melaksanakan pelayanan secara optimal. Arti pelayanan yaitu suatu kegiatan atau tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan seseorang, sedangkan kepuasan pelanggan yaitu perasaan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk yang dilihat atau dirasakan dalam hubungannya dengan harapan-harapannya.

Hingga akhirnya penulis dapat mengambil suatu hipotesa sebagai berikut :

*“Kualitas pelayanan Pramuniaga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan”*

### 1.7. Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini dirumuskan menjadi beberapa bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan dan diuraikan latar belakang timbulnya permasalahan, pokok-pokok permasalahan dari penelitian, batasan masalah, selain itu juga dipaparkan maksud dan tujuan serta manfaat dan kegunaan penelitian berdasarkan hipotesa.

- **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai berbagai teori mengenai pengertian pemasaran jasa, bauran jasa, pengertian jasa, pengertian produk, pengertian wiraniaga, pengertian kualitas, pengertian perilaku konsumen, kepuasan konsumen, serta mengukur kepuasan konsumen.

- **BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dikemukakan mengenai lokasi dan waktu penelitian, metode analisa yang digunakan.

- **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian meliputi : sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi, tujuan pelayanan toko CHING-CHING FASHION, karakteristik pelanggan, harapan konsumen terhadap pelayanan wiraniaga, penilaian pelayanan, wiraniaga yang dirasakan

konsumen, serta hubungan pelayanan yang diberikan wiraniaga dengan kepuasan konsumen.

- **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan skripsi berdasarkan uraian terdapat saran atas dasar analisa dan pembahasan yang telah dilakukan.

### **1.8. Lokasi Penelitian**

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian di CHING-CHING FASHION, Bandung Trade Centre (BTC) Ground Floor L 3 no. 12.