

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**  
**A. Latar Belakang**



Bisnis eceran merupakan bagian dari saluran yang memegang peranan penting dalam rangkaian pemasaran dan merupakan penghubung atau perantara antara kepentingan produsen dan konsumen. Usaha atau bisnis eceran di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir dengan berbagai macam bentuk serta jenisnya. Hal ini sebagai akibat dari adanya perkembangan usaha manufaktur dan peluang pasar yang cukup terbuka karena lajunya kondisi sosial ekonomi masyarakat serta adanya perubahan sistem nilai yang terjadi (Johannes, 1986).

Pada hakikatnya sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya adalah untuk memperoleh dan mempertahankan laba. Kalangan bisnis harus meyakini bahwa pelanggan adalah sumber keberuntungan sehingga harus diperbanyak. Seperti apa yang diungkapkan oleh TS Grewal (Pranowo, 2003) "*customer is profit, everything else is overhead*". Kunci utama dari pernyataannya adalah kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan harus bisa memberikan kontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Disini yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan adalah menyediakan segala sesuatu untuk orang lain yang dilakukan berdasarkan kesadaran untuk melayani rasa empati, usaha untuk selalu melakukan perbaikan, berpandangan ke masa depan, penuh inisiatif, menunjukkan perhatian serta selalu melakukan evaluasi.

Perkembangan ini terjadi pula di Kota Medan, dimana masyarakat mulai tertarik untuk memenuhi gaya hidupnya dengan berbelanja di Mall atau *Departement Store* yang kini banyak dibangun. Kebanyakan dari orang-orang yang khususnya tinggal di daerah perkotaan pernah datang ke Mall. Di Mall orang bisa melihat beragam tingkah para pengunjunnya, motifnya berbeda-beda mulai yang dari hanya sekedar *window shooping*, bercengkrama dengan teman-teman, dan tentunya ada yang belanja. Selain itu kita bisa melihat suasana setiap jenis barang dan atau jasa yang di jajakan. Penampilannya juga beragam mulai dari tata letak yang sangat menarik sampai yang membosankan. Sementara itu orang dapat melihat tingkah para karyawan dan pramuniaga yang macam-macam. Ada yang agresif dan ramah, agresif tapi kurang ramah dan ada kesan memaksa, dan ada yang biasa-biasa saja dan ramah, dan ada juga yang tidak peduli kepada pengunjung.

Setiap perusahaan bisnis eceran atau ritel berupaya untuk memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga para pelanggannya mendapatkan suasana belanja yang menyenangkan. Pelayanan terbaik perlu dilakukan oleh karyawan-karyawan perusahaan tersebut. Khususnya karyawan yang berada di *front line*. Karyawan yang dimaksud disini adalah pramuniaga.

Terkadang kenyataan dilapangan berbeda, bahwa pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan yang merupakan kewajiban yang seharusnya dimiliki oleh setiap pramuniaga untuk menarik para pelanggannya untuk tetap membeli ditempat tersebut ataupun menambah pelanggan lagi, sehingga dengan adanya pelayanan yang kurang membuat pelanggan merasa