

BAB 1

PENDAHULUAN

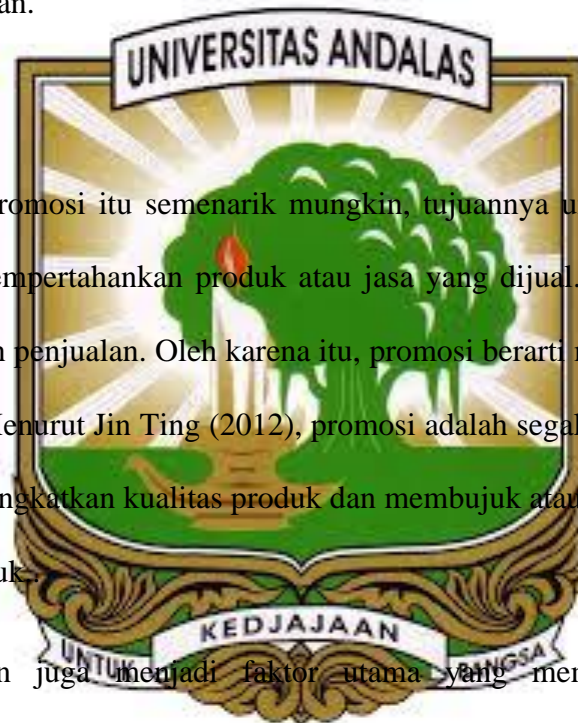
1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan pesatnya perkembangan teknologi tinggi, masyarakat dari semua lapisan masyarakat menyadari berbagai perkembangan teknologi yang memiliki manfaat dan kegunaan dari teknologi itu sendiri. Orang mulai menganggap kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan perkembangan teknologi, karena teknologi merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari terpenting yang menunjang aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, masyarakat menjadi selektif dalam memilih peralatan teknis untuk berkomunikasi, terutama saat berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya untuk semua orang. Berdasarkan hal tersebut, di masyarakat, perusahaan di bidang teknis menyediakan berbagai perangkat teknis untuk berkomunikasi dengan publik.



Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan adalah untuk mencapai tingkat loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pemilik bisnis. Kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan. Pelayanan merupakan faktor utama dalam menjalin hubungan intim dengan pelanggan. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain, tidak hanya untuk melayani sesama, tetapi juga untuk menjalin kerjasama jangka panjang berdasarkan prinsip saling menguntungkan (Tjiptono, 2014).

Adapun Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar berhasil dalam persaingan adalah promosi.. Promosi merupakan salah satu pilar utama pemasaran yang harus dijalankan dalam dunia bisnis. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mendorong konsumen ingin membeli barang atau jasa untuk dijual. Promosi dianggap sebagai aliran informasi satu arah atau kekuatan persuasif, yang bertujuan untuk membimbing individu atau organisasi untuk mengambil tindakan guna mempromosikan komunikasi pemasaran.



Pada dasarnya promosi itu semenarik mungkin, tujuannya untuk memperkenalkan produk baru dan mempertahankan produk atau jasa yang dijual. Tujuan akhir promosi adalah meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, promosi berarti menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Jin Ting (2012), promosi adalah segala aktivitas perusahaan produksi untuk meningkatkan kualitas produk dan membujuk atau membujuk konsumen untuk membeli produk.

Kualitas layanan juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau layanan yang dibeli dan digunakan akan kembali menggunakan layanan atau produk yang dianggap memenuhi harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai kondisi dimana harapan konsumen terhadap produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Kualitas diartikan sebagai kalimat yang harus dilakukan bagi penyedia layanan. Penerapan kualitas merupakan ciri dari penampilan atau kinerja suatu produk, dan merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai prestasi yang luar biasa dalam

pembangunan berkelanjutan, sehingga dapat terus berkembang dan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Keunggulan suatu produk jasa bergantung pada keunikan dan kualitas jasa yang ditampilkan oleh jasa tersebut, terlepas dari apakah memenuhi ekspektasi dan ekspektasi konsumen. Bisnis konter telepon seluler merupakan salah satu dunia bisnis yang sangat kompetitif. Selain banyaknya operator telekomunikasi di Indonesia dan banyaknya kegiatan promosi yang gencar dilakukan semua operator tersebut, terdapat juga loket telepon seluler yang dapat menyediakan peralatan telepon seluler di harga murah. Menyediakan pulsa, isi ulang listrik, agen kredit dan starter pack kepada semua operator, serta perlengkapan telepon seluler lainnya seperti aksesoris, layanan telepon seluler, aplikasi telepon seluler, penjualan telepon seluler baru dan aksesoris telepon seluler lainnya di seluruh Indonesia.

Banyaknya konter-konter telepon cellular misalnya pada Sumbar Smartphone, Lorus Cellular, dan Bias Ponsel membuat persaingan di bisnis konter cellular menjadi semakin tinggi, dan dengan banyaknya bisnis ini bermunculan, maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih konter telepon sellular yang memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga dan promosi penjualan yang menarik minat mereka untuk membeli. Salah satu konter telepon cellular di kota padang adalah Lorus cellular yang berada di jalan Patimura No.5 Kampung Jao Padang Barat Kota Padang. Lorus sendiri mempunyai dua gerai lainnya yang berada di kota padang yang pertama di koppel plaza padang dan di jalan tarandam padang. Pada saat adaptasi kebiasaan baru ini, lorus sendiri menerapkan kegiatan promosi dengan salah satunya adalah sistem COD (cash on delivery) saat masa pandemi ini tentu strategi COD ini sangat berguna, karena pembeli tidak perlu datang langsung ke toko. Namun masalah



yang dihadapi di saat lorus menerapkan kegiatan promosi ini adalah terjadinya penipuan yang dilakukan oleh pembeli yang tidak bertanggung jawab.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah kualitas layanan melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Lorus cellular Padang untuk meningkatkan penjualan. Oleh karna itu, penulis memilih judul laporan, “Penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi selama adaptasi kebiasaan baru pada PT. Lorus *cellular* kantor pusat patimura padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka penulis mengangkat rumusan masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut: bagaimana penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi selama adaptasi kebiasaan baru pada PT. Lorus cellular kantor pusat patimura padang?

1.3 Tujuan Magang

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi selama adaptasi kebiasaan baru pada Pt. Lorus cellular kantor pusat patimura padang?

1.4 Manfaat Magang

Berdasarkan tujuan dari kegiatan magang di atas, kegiatan magang diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat Secara teoritis dari kegiatan magang ini diharapkan dapat memperbanyak wawasan, pengetahuan, serta pandangan tentang bagaimana penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi pada lorus cellular



2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis berguna untuk sebagai informasi calon konsumen dan pembaca supaya mengetahui tentang penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi pada lorus cellular. Bagi perusahaan manfaatnya dapat mengetahui apakah kualitas layanan melalui kegiatan promosi sudah efektif, supaya bisa di evaluasi untuk kedepannya.

1.5 Metode Magang

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan selama magang, penulis menggunakan metode sebagai berikut.

a. Wawancara Mengumpulkan data dan informasi melalui tanya jawab kepada perusahaan dan perwakilannya untuk mencari informasi tentang struktur dan prosedur kegiatan promosi yang dilakukan PT Lorus sesuai dengan kebiasaan baru.

b. Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan observasi langsung di tempat. Proses ini dilakukan dengan observasi, yang meliputi melihat, mencatat, menghitung, mengukur, dan merekam peristiwa. Metode observasi dapat dikatakan suatu kegiatan yang meliputi sistem pencatatan kejadian, tingkah laku, objek yang dilihat, dan hal-hal lain yang diperlukan untuk menunjang penelitian penulis.



1.6 Tempat Dan Waktu Magang

Lokasi magang berada di PT. Lorus cellular kator pusat patimura padang Jl patimura No.5 kampung jao Padang barat. Aktivitas magang dilakukan dengan durasi 40 hari kerja.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup yang akan di bahas penulis dalam laporan ini adalah fokus mengenai bagaimana penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi selama adaptasi kebiasaan baru pada PT. Lorus cellular.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memperoleh gambaran secara jelas untuk laporan ini, maka penulis membuat sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode penyusunan laporan magang, dan sistematika penulisan magang.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua ini berisi tentang landasan teori penelitian yang berisi mengenai teori, konsep, dan permasalahan yang menjadi dasar pemikiran dalam penulisan laporan ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab tiga ini akan diuraikan mengenai sejarah singkat perusahaan struktur organisasi, pembagian tugas, dan tanggung jawab, visi dan misi serta logo perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab empat ini penulis akan membahas mengenai penerapan kualitas layanan melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT.Lorus cellular selama adaptasi kebiasaan baru.

BAB V PENUTUP

Bab lima ini akan berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pelaksanaan magang yang telah di laksanakan.

