**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **LATAR BELAKANG**

 Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Hal tersebut juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan – perusahaan sekarang seperti perusahan retail. Pengertian retail menurut Kotler dalam buku pemasaran jilid 2 (2000) adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen akhir bagi penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan di perlukan kualitas pelayanan. yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan retail menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan adanya beberapa mall dan pasar swalayan ( supermarket) yang lokasinya berada dalam satu kawasan, maka dengan sendirinya akan melahirkan persaingan yang ketat untuk merebut pembeli. Selain itu persaingan juga datang dari beberapa pedagang eceran di pasar – pasar tradisional dan tokoh tokoh yang tersebar pada wilayah yang sama.

 Mitra 10 Bogor merupakan salah satu retail yang ada di antara beberapa retail yang ada di Kota Bogor. Dalam operasionalnya sehari- hari, Mitra 10 Bogor sebagai pusat pembelanjaan yang menyediakan berbagai aneka perlengkapan rumah dan bahan bangunan dengan berbagai jenis, merk, dan ukuran pada tingkat harga yang bervariasi

Dalam bisnis eceran, pelayanan harus dipandang sebagai satu kesatuan dari produk yang di tawarkan. Tanpa pemahaman seperti itu, sangat sulit suatu perusahaan untuk dapat memasuki persaingan yang semakin kompetitif. Sebagai suatu kemutlakan bagi setiap perusahaan dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif, konsumen harus di puaskan, dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat di wujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal, merupakan strategi yang tepat dalam

Mewujudkan setiap keinginan dah harapan tersebut.

 Berdasarkan uraian diatas, penyusun akan membuat tugas akhir dan membahas mengenai pelayanan prima pada perusahaan ritel yang berjudul **“Prosedur Pelayanan Prima Pramuniaga Di Mitra 10 Bogor”.**

* 1. **IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan judul yang penulis sampaikan,maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur pelayanan prima pramuniaga di Mitra 10 Bogor?
2. Apa saja kendala dalam melakukan pelayanan prima terhadap konsumen di Mitra 10 Bogor
3. Bagaimana penanganan yang dilakukan oleh pramuniaga bila ada keluhan konsumen di Mitra 10 Bogor

* 1. **MAKSUD DAN TUJUAN**

Mengacu pada perumusan masalah seperti yang telah diuraikan diatas,maksud dan tujuan pembahasan ini adalah sebagai berikut :

* + 1. **Maksud pembahasan**

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi secara lengkap tentang Prosedur Pelayanan Prima Pramuniaga di Mitra 10 Bogor serta dalam rangka penulisan makalah Tugas Akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada program Diploma III Keuangan dan Perbankan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor.

* + 1. **Tujuan Pembahasan**
1. Untuk mengetahui prosedur pelayanan pramuniaga di Mitra 10 Bogor
2. Untuk mengetahui kendala apa saja dalam melakukan pelayanan prima di Mitra 10 Bogor
3. Untuk mengetahui bagaimana penanganan yang dilakukan oleh pramuniaga bila terdapat keluhan konsumen Mitra 10 Bogor

* 1. **MANFAAT PEMBAHASAN**
1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah dan juga sebagai suatu pengalaman berharga

1. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan pelayanan prima dan juga sebagai referensi perpustakaan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor

1. Bagi Mitra 10 Store Bogor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi mengenai bagaimana karakteristik konsumen Di Mitra 10 Bogor. Hal ini sangat penting karena dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat guna memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen.