

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia saat ini membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang professional dan handal dari segi keterampilan maupun segi prestasi. Upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kualitas bangsa Indonesia yaitu dengan mengusahakan dan menyelenggarakan pendidikan sebagai tolak ukur dalam meningkatkan taraf hidup bangsa dan negara.

Pendidikan adalah hal yang paling penting dalam kehidupan suatu bangsa, pendidikan mampu mengembangkan aspek-aspek kepribadian manusia yang berkualitas baik secara jasmani maupun rohani. Kriteria manusia yang berkualitas tersirat pada fungsi pendidikan nasional dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Bab II Pasal 3 dinyatakan bahwa:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Dalam rangka mewujudkan tujuan pendidikan nasional tersebut, pemerintah telah merumuskan pelaksanaan pendidikan dilakukan melalui tiga jalur, yaitu jalur pendidikan formal, non formal dan in-formal. Pendidikan formal yaitu jalur pendidikan yang dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang mulai dari pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan salah satu lembaga pendidikan formal yang mempersiapkan peserta didik untuk menjadi tenaga kerja yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap sehingga lulusan SMK dituntut untuk memiliki potensi sesuai dengan kebutuhan industri. Sesuai dengan tujuan khusus SMK seperti yang dicantumkan dalam KTSP SMK BPP (2009:1) yaitu:

1. Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia yang bertaqwa dan berahlak mulia kepada Tuhan Yang Maha Esa, produktif mampu bekerja mandiri, mengisi lowongan pekerjaan yang ada di dunia usaha/dunia industri sebagai tenaga kerja tingkat menengah sesuai dengan kompetensi dalam program keahlian pilihannya.
2. Membekali peserta didik agar mampu memilih karier ulet dan gigih dalam berkompetensi, beradaptasi di lingkungan kerja dan mengembangkan sikap profesional dalam bidang keahlian yang diminatinya.
3. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni agar mampu mengembangkan diri di kemudian hari baik secara mandiri maupun melalui jenjang yang lebih tinggi.

Tujuan SMK di atas dijadikan acuan oleh SMK BPP Bandung yang merupakan salah satu SMK Kelompok Pariwisata yang menyelenggarakan beberapa program keahlian, salah satunya adalah Program Keahlian Tata Busana. Kurikulum Program Keahlian Tata Busana terdiri atas program pembelajaran normatif, adaptif, dan produktif. Salah satu program pembelajaran produktif adalah standar kompetensi *customer care*.

Customer care (memberikan pelayanan secara prima pada pelanggan) merupakan salah satu standar kompetensi yang wajib ditempuh oleh peserta didik Program Keahlian Tata Busana yang diajarkan pada kelas X semester 2 dan disajikan dalam bentuk teori. Ruang lingkup materi pembelajaran *customer care* mencakup pengertian komunikasi, dasar-dasar komunikasi, teknik berkomunikasi,

struktur organisasi, karakteristik budaya dan sosial, jenis-jenis pelayanan, pelayanan prima, karakter pelanggan, jenis-jenis kebutuhan pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, pengertian dan tujuan penampilan diri, bekerja dengan aman, kebersihan dan kesehatan pribadi, dan prinsip-prinsip bekerja dalam tim.

Hasil belajar *customer care*, yang diperoleh peserta didik dapat dilihat dengan adanya perubahan tingkah laku pada kemampuan kognitif (pengetahuan), afektif (sikap) dan psikomotor (keterampilan), Sebagaimana diungkapkan oleh Nana Sudjana (2001:3) bahwa hasil belajar adalah perubahan tingkah laku yang mencakup aspek kognitif, afektif dan psikomotor.

Hasil belajar *customer care* pada kemampuan kognitif mencakup pengetahuan tentang pengertian pelayanan prima, komunikasi, prinsip dasar pelayanan prima, penampilan diri secara serasi, memahami cara menampilkan diri secara serasi, memahami tentang cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mampu menganalisis produk busana yang layak dijual, dan mampu cara menangani keluhan pelanggan.

Kemampuan afektif mencakup perubahan sikap dalam mendengarkan dan memahami prinsip dasar pelayanan prima, menanggapi keluhan pelanggan, mempelajari tentang jenis-jenis kebutuhan pelanggan, berkeinginan dan merealisasikan teori karakter pelanggan, melayani pelanggan yang mengeluh, pelanggan yang ekonomis, pelanggan yang tegas, melakukan komunikasi di tempat kerja, dan meningkatkan pelayanan prima pada pelanggan

Kemampuan psikomotor mencakup keterampilan dalam melakukan komunikasi di tempat kerja, menanggapi keluhan pelanggan, melayani pelanggan dengan baik, menghadapi pelanggan yang ragu, keterampilan dalam menampilkan diri yang baik dan terampil dalam melakukan penawaran persuasi pada pelanggan.

Hasil belajar *customer care* diharapkan dapat membekali peserta didik untuk mampu memberikan pelayanan secara prima pada pelanggan dan dapat memberikan kontribusi pengetahuan, keterampilan dan sikap pada minat menjadi *sales promotion* bidang busana.

Sales promotion bidang busana yaitu suatu profesi yang bergerak dalam bidang pemasaran atau promosi suatu produk busana yang dilakukan oleh seorang wanita atau pria dengan cara melayani dan membujuk pelanggan secara langsung sehingga pelanggan merasa tertarik dan langsung membeli produk busana yang ditawarkan saat itu juga. Sebagaimana diungkapkan oleh Poerwadarminta (SPG Umbrella Girls, 2010:1) bahwa "*sales promotion girls* dan *sales promotion boys* merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk".

Sifat yang harus dimiliki oleh seorang *sales promotion* bidang busana yaitu komunikasi, *insentif* dan undangan (*inivation*). Sifat komunikasi mengandung arti bahwa *sales promotion* bidang busana mampu menarik perhatian pembeli, memberikan informasi yang memperkenalkan pelanggan pada produk dan mampu berkomunikasi dalam konsep A3, yaitu *Attitude* (sikap dalam berkomunikasi), *Attention* (mampu memberikan perhatian saat berkomunikasi), dan *Action* (melakukan tindakan dalam komunikasi). Sifat *insentif* yaitu

memberikan keistimewaan yang bernilai bagi pelanggan, sedangkan sifat undangan adalah mengundang khalayak untuk membeli barang saat itu juga.

Raharti (SPG Umbrella Girls, 2010:1) menyatakan bahwa terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh *sales promotion* bidang busana yaitu “*performance* (penampilan fisik), *communication style* (gaya bicara/cara berkomunikasi) dan *body language* (gerakan fisik)”.

Tugas dari seorang *sales promotion* bidang busana adalah mengajak para konsumen untuk membeli produk busana secara langsung/pada saat itu juga, dengan adanya *sales promotion* bidang busana perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk busana yang baru, mendorong pelanggan membeli produk busana lebih banyak, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), dan mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengecer.

Cara yang dilakukan oleh seorang *sales promotion* bidang busana dalam mempromosikan produk busana yaitu dengan cara memajangkan display, *show*, *packaging*, *labelling*, *special sales* (jual obral), memberi kupon, diskon, *trading stamps*, bonus, hadiah uang, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian latar belakang pada penelitian ini, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana Oleh Peserta Didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung”.

B. RUMUSAN MASALAH

Customer care (memberikan pelayanan secara prima pada pelanggan) merupakan salah satu standar kompetensi yang wajib ditempuh oleh peserta didik Program Keahlian Tata Busana yang diajarkan pada kelas X semester 2 dan disajikan dalam bentuk teori. Hasil belajar *customer care* dapat dilihat dengan adanya perubahan tingkah laku pada kemampuan kognitif (pengetahuan), afektif (sikap) dan psikomotor (keterampilan).

Ruang lingkup materi pembelajaran *customer care* mencakup pengertian komunikasi, dasar-dasar komunikasi, teknik berkomunikasi, struktur organisasi, karakteristik budaya dan sosial, jenis-jenis pelayanan, pelayanan prima, karakter pelanggan, jenis-jenis kebutuhan pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, pengertian dan tujuan penampilan diri, bekerja dengan aman, kebersihan dan kesehatan pribadi, dan prinsip-prinsip bekerja dalam tim.

Hasil belajar *customer care* diharapkan dapat membekali peserta didik untuk mampu memberikan pelayanan secara prima pada pelanggan dan dapat memberikan kontribusi dalam pengetahuan, keterampilan dan sikap pada minat menjadi *sales promotion* bidang busana. *Sales promotion* bidang busana yaitu orang yang bertugas untuk mempromosikan produk busana pada pelanggan dengan cara memajangkan display, *show*, *packaging*, *labelling*, *special sales* (jual obral), memberi kupon, diskon, *tradding stamps*, bonus, hadiah uang, dan lain-lain.

Luasnya ruang lingkup permasalahan penelitian ini dan terbatasnya pengetahuan, tenaga dan waktu yang penulis miliki maka perlu adanya

pembatasan masalah. Masalah dalam penelitian ini penulis batasi pada Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana adalah:

1. Hasil belajar *customer care* ditinjau dari :
 - a. Kemampuan kognitif meliputi: pengetahuan tentang pengertian pelayanan prima, komunikasi, prinsip dasar pelayanan prima, penampilan diri secara serasi, memahami cara menampilkan diri secara serasi, memahami tentang cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mampu menganalisis produk busana yang layak dijual, dan mampu cara menangani keluhan pelanggan.
 - b. Kemampuan afektif meliputi: perubahan sikap dalam mendengarkan dan memahami prinsip dasar pelayanan prima, menanggapi keluhan pelanggan, mempelajari tentang jenis-jenis kebutuhan pelanggan, berkeinginan dan merealisasikan teori karakter pelanggan, melayani pelanggan yang mengeluh, pelanggan yang ekonomis, pelanggan yang tegas, melakukan komunikasi di tempat kerja, dan meningkatkan pelayanan prima pada pelanggan.
 - c. Kemampuan psikomotor meliputi: keterampilan dalam melakukan komunikasi di tempat kerja, menanggapi keluhan pelanggan, melayani pelanggan dengan baik, menghadapi pelanggan yang ragu, keterampilan dalam menampilkan diri yang baik dan terampil dalam melakukan penawaran persuasi pada pelanggan.
2. Minat menjadi *sales promotion* bidang busana pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung yang dipengaruhi oleh faktor *internal* dan *eksternal*.

3. Kontribusi hasil belajar *customer care* terhadap minat menjadi *sales promotion* bidang busana.
4. Besarnya kontribusi hasil belajar *customer care* terhadap minat menjadi *sales promotion* bidang busana pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Seberapa Besar Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana Pada Peserta Didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung?”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan merupakan pedoman bagi peneliti untuk menentukan arah dan usaha yang tepat guna mencapai tujuan dalam penelitian. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian terbagi menjadi dua bagian yaitu tujuan umum dan tujuan khusus, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data mengenai Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana Pada Peserta Didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui data spesifik tentang :

- a. Hasil belajar *customer care* yang berkaitan dengan:
- 1) Kemampuan kognitif meliputi: pengetahuan tentang pengertian pelayanan prima, komunikasi, prinsip dasar pelayanan prima, penampilan diri secara serasi, memahami cara menampilkan diri secara serasi, memahami tentang cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, mampu menganalisis produk busana yang layak dijual, dan mampu cara menangani keluhan pelanggan.
 - 2) Kemampuan afektif meliputi: perubahan sikap dalam mendengarkan dan memahami prinsip dasar pelayanan prima, menanggapi keluhan pelanggan, mempelajari tentang jenis-jenis kebutuhan pelanggan, berkeinginan dan merealisasikan teori karakter pelanggan, melayani pelanggan yang mengeluh, pelanggan yang ekonomis, pelanggan yang tegas, melakukan komunikasi di tempat kerja, dan meningkatkan pelayanan prima pada pelanggan.
 - 3) Kemampuan psikomotor meliputi: keterampilan dalam melakukan komunikasi di tempat kerja, menanggapi keluhan pelanggan, melayani pelanggan dengan baik, menghadapi pelanggan yang ragu, keterampilan dalam menampilkan diri yang baik dan terampil dalam melakukan penawaran persuasi pada pelanggan.
- b. Minat menjadi *sales promotion* bidang busana pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung yang dipengaruhi oleh faktor *internal* dan *eksternal*.
- c. Kontribusi hasil belajar *customer care* terhadap minat menjadi *Sales promotion* bidang busana.

- d. Besarnya kontribusi hasil belajar *customer care* terhadap minat menjadi *sales promotion* bidang busana pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada ;

1. Penulis, mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam melaksanakan penelitian mengenai Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana.
2. Bagi para peserta didik Program Keahlian Tata Busana untuk memperoleh pengalaman dan menambah wawasan tentang Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana.
3. Guru, sebagai bahan kajian dalam mengembangkan dan peningkatan kualitas lulusan yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan sesuai dengan harapan kurikulum.

E. ASUMSI

Asumsi merupakan pernyataan yang kebenarannya diterima penulis, sehingga tidak perlu dibuktikan. Asumsi dapat dijadikan titik tolak berfikir dalam pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan asumsi yang dijadikan acuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Hasil belajar yang dicapai oleh peserta didik, setelah mengikuti standar kompetensi *customer care* harus mampu menguasai ilmu pengetahuan dan

wawasan, sikap, dan keterampilan baik secara teori maupun praktek dalam bidang yang dipelajari. Anggapan dasar ini mengacu pada pendapat Nana Sudjana (2001:56-57) bahwa:

Hasil belajar yang dicapai seseorang melalui proses belajar mengajar yang optimal cenderung menunjukkan hasil belajar yang menyeluruh (komprehensif), yang mencakup ranah kognitif (pengetahuan dan wawasan), ranah afektif (sikap dan apresiasi), serta ranah psikomotor (keterampilan atau prilaku).

2. Minat akan memberikan suatu perasaan positif terhadap aktifitas seseorang, baik pada pengalaman atau benda. Seseorang yang berminat pada *sales promotion* bidang busana cenderung akan memusatkan perhatian dan meningkatkan keinginannya. Anggapan dasar ini mengacu pada pendapat Slameto (2003:180) yaitu “siswa yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tertentu”.

F. HIPOTESIS

Hipotesis yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Hipotesis Kerja, atau disebut dengan hipotesis alternatif, disingkat H_a . Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X yaitu Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* dengan variabel Y yaitu Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana. Dalam penelitian ini, hipotesis yang dikemukakan adalah Terdapat Kontribusi Positif Yang Signifikan Dari Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales Promotion* Bidang Busana Pada Peserta Didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.

G. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif analitik. Metode ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang masalah yang terjadi saat sekarang dan sedang berlangsung serta berpusat pada masalah aktual, kemudian data diolah dan dianalisa untuk membuat suatu kesimpulan. Sebagaimana diungkapkan oleh Winarno Surakhmad (1990:140) bahwa penelitian deskriptif adalah :

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisa.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi:

1. Tes, bertujuan untuk mengukur hasil belajar *customer care* yang ditunjukkan pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.
2. Angket, bertujuan untuk mendapatkan data tentang minat menjadi *sales promotion* bidang busana yang ditunjukkan pada peserta didik kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung.

H. LOKASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah tempat melakukan kegiatan penelitian guna memperoleh data yang berasal dari responden. Lokasi penelitian dilakukan di SMK BPP Bandung di Jln. Van Deventer No.14 Bandung. Alasan penulis memilih lokasi penelitian adalah karena belum ada penelitian mengenai Kontribusi Hasil Belajar *Customer Care* Terhadap Minat Menjadi *Sales*

Promotion Bidang Busana dan penulis pernah mengajar *customer care* di SMK BPP Bandung sehingga penulis ingin lebih memperdalam pengetahuan dan wawasan mengenai *customer care*.

Sampel dalam penelitian ini adalah peserta didik Kelas XII Program Keahlian Tata Busana SMK BPP Bandung. Adapun jumlah peserta didik sebanyak 1 kelas yang terdiri dari 38 orang.

