BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pesaingan bisnis yang tumbuh menjadi sangat kompetitif dan memaksa para pelaku usaha untuk menciptakan strategi-strategi yang dapat menarik minat konsumen. Era globalisasi menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan inovasi dalam setiap produknya agar tidak kehilangan pangsa pasar.

Perusahaan harus dapat mengoptimalkan pengelolaan seluruh sumber daya perusahaan, baik dalam pengelolaan keuangan, produksi, pemasaran, maupun sumber daya manusia, hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, namun saat ini era globalisasi juga telah menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Pemasaran mengambil peranan penting dalam setiap persaingan bisnis yang terjadi. Gaya di indonesia bisa berubah dengan sangat cepat, tiap bulan selalu muncul model *fashion* baru. Hal ini tak lepas dari produktivitas para pebisnis *fashion* lokal yang kreatif dalam merancang produk-produknya serta munculnya generasi muda kreatif yang antusias didalam industri *fashion* ini. Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan pusat belanja terbesar dan juga sebagai salah satu kota acuan tren *fashion* di Indonesia. Pertumbuhan *fashion* di Kota Bandung juga menuju pada ranah yang lebih spesifik, seperti tas, sepatu dan baju. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelaku bisnis pada bidang tersebut yang bermunculan di Kota Bandung dan menimbulkan pesaing bisnis *fashion* khusus nya di bidang baju, dan sepatu yang semakin ketat, sehingga pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat dan bagus untuk dapat bersaing. Pelaku bisnis dituntut untuk berinovasi dengan bisnisnya dengan mengikuti perkembangan agar lebih unggul dengan memberikan kesan yang berbeda dari para pesaingnya.

1.2 Latar Belakang Magang

Magang merupakan bagian dari pelatihan kerja, magang dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir sebagai salah satu syarat utama untuk menyelesaikan proses pendidikan khususnya setiap mahasiswa D-III Manajemen Perdagangan STEI. Dalam kegiatan magang, dapat menambah keterampilan serta meningkatkan

kemapuan untuk bersaing di dunia usaha maupun instansi kepemerintahan setelah menyelesaikan pendidikannnya. Selain itu magang diajukan untuk mengaplikasikan semua ilmu yang dipelajri di bangku kuliah dan mempelajari detail tentang seluk beluk standar kerja yang professional. Pengalaman ini kemudian menjadi bekal dalam menjalani jenjang karir pada dunia kerja.

1.3 Tujuan Magang

1.3.1 Tujuan Umum

Praktik Magang dilakukan atas beberapa sasaran utama yaitu :

1. Mengetahui bidang pergudangan di Fyc Footwear Bekasi.
2. Meluaskan jaringan yang kompeten bagi penulis di masa yang akan datang.
3. Memenuhi kebutuhan konsumen atau memaksimalkan pelayanan kepada konsumen.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengecek kembali barang yang tiba digudang dan di input langsung ke sistem persediaan.
2. Pemesanan barang bisa dilakukan melalui jaringan seperti sales marketing dan sosial media.
3. Barang yang sudah diterima konsumen akan di sertakan nota tanda terima.

1.4 Metode Penyusunan Magang

1.4.1. Tempat dan Waktu Magang

Nama Perusahaan	: FYC Footwear Bekasi
Alamat	: Jl.Boulevard ruko asia tropis blok at 17 no 17 harapan Indah, Bekasi
Periode Praktik Magang	: Magang dilakukan mulai dari 8 oktober – 8 desember 2020
Jam Kerja Praktik Magang	: Mulai dari jam 11.00 – 21.00 dilaksanakan dari hari senin – jumat . selama 1 bulan ke depan.