

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta asumsi dan batasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Diindonesia dengan adanya kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks swalayan-swalayan relatif mengalami peningkatan. Bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk pokok membuat para pihak swalayan terus melakukan berbagai inovasi pada sisi *layout* swalayan sehingga mampu menyediakan produk yang lengkap dan bisa menarik minat belaja konsumen.

Inisiatif perbaikan oleh pihak swalayan biasanya dengan mengevaluasi tata letak *layout* dari swalayan itu sendiri. Semakin baik tata letak *layout* dari sebuah swalayan maka akan memberikan kermudahan kepada konsumen dalam melakukan proses transaksi. Konsumen juga akan merasakan kemudahan dalam melakukan pencarian barang yang akan dibeli sehingga akan meminimalkan lama waktu pencarian suatu barang.

Perancangan tata letak *layout* swalayan sering kali tidak diperhatikan bahkan terkadang menimbulkan kebingungan bagi para pembeli saat melakukan proses pencarian suatu barang. Perancangan dan pengaturan tata letak *layout* yang baik akan memberikan nilai baik dalam sisi pelayanan yang diberikan oleh sebuah swalayan. Pada penelitian ini penulis akan mencoba menjelaskan tentang suatu permasalahan tata letak *layout* yang terjadi di swalayan Golden Pamekasan. Swalayan Golden merupakan salah sebuah ritel yang menyediakan kebutuhan sehari-hari yang pada umumnya berada di area kantor, pemkab, pemukiman dan juga pusat perbelanjaan masyarakat setempat. Swalayan Golden merupakan perusahaan ritel yang cukup terkenal dikalangan masyarakat dari beberapa perusahaan ritel yang ada di pamekasan.

Pada penelitian kali ini penulis mencoba melakukan *survey* mengenai tata letak *layout* di Swalayan Golden Pamekasan. Dari hasil studi lapang tersebut peneliti menemukan beberapa permasalahan yang berhubungan dengan tata letak *layout*. Berdasarkan hasil *survey* ditemukan bahwa tata letak produk di swalayan Golden dalam pengaturannya menggunakan penataan berdasarkan jenis produk, ciri khas produk dan ukuran produk. Dalam penentuan produk berdasarkan ukuran produk seharusnya produk yang lebih kecil diletakkan didepan produk yang lebih besar. Perancangan dan pengaturan posisi penempatan produk di Swalayan Golden masih menggunakan subyektifitas dan tidak melakukan pendekatan atau memperhatikan dari segi perilaku konsumen yang berkunjung ke swalayan tersebut.

Dari hasil *survey* penulis juga menemukan produk yang seharusnya tidak boleh berdekatan misalkan produk kimia dengan produk makanan. Penataan produk di Swalayan Golden masih kurang maksimal dan bisa dibilang kurang rapi. Padahal dengan adanya tata letak yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen akan menjadi daya tarik untuk memikat minat belanja konsumen. Pada permasalahan tersebut penulis ingin melakukan perancangan dan perbaikan tata letak *layout* di Swalayan Golden Pamekasan menggunakan metode MBA (*market basket analysis*). Kurniasih (2011), menyatakan *Market Basket Analysis* merupakan salah satu teknik dari *data mining* yang digunakan untuk menentukan produk-produk manakah yang akan dibeli oleh pelanggan secara bersamaan dengan melakukan analisa terhadap daftar transaksi pelanggan. Kelebihan dari metode *Market Basket Analysis* adalah bisa mengetahui frekuensi barang yang sering dibeli dan barang yang sering dibeli secara bersamaan, yang akan memudahkan para konsumen dalam melakukan proses pembelian suatu produk. Karena dengan demikian, nantinya barang yang sering dibeli dan barang yang sering dibeli secara bersamaan dalam satu kali pembelian akan dikumpulkan dalam satu tempat yang berdekatan untuk meminimalkan lama waktu proses pembelian dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini timbul dari adanya permasalahan yang ada di swalayan Golden, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang tata letak *layout* Golden Pamekasan dengan menggunakan metode MBA (*Market Basket Analysis*)?
2. Bagaimana mengevaluasi rancangan *layout* yang baru?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Merancang tata letak *layout* swalayan Golden sesuai dengan pendekatan metode MBA (*Market Basket Analysis*).
2. Mengevaluasi perancangan *layout* yang baru.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian sebagai berikut :

1. Menghasilkan tata letak *layout* baru pada swalayan Golden.
2. Mempermudah proses pembelian serta pelayanan.
3. Menghasilkan proses perbaikan penataan produk yang lebih rapi.
4. Memberikan kontribusi bagi pihak swalayan Golden Pamekasan dalam mengevaluasi tata letak *layout* yang lama.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini tidak menghitung biaya perencanaan tata letak *layout* dari swalayan Golden.
2. Penelitian difokuskan pada tata letak *layout* barang Swalayan Golden Pamekasan

1.6 Asumsi – Asumsi

Asumsi yang diambil dalam penelitian ini yaitu:

1. Perancangan tata letak *layout* yang efektif sesuai dengan perilaku konsumen dalam melakukan proses pembelian di swalayan Golden.
2. Proses penataan produk yang baik dan rapi dapat meningkatkan proses pelayanan di Swalayan Golden Pamekasan.