

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri ritel di Indonesia yang masih memiliki prospek menjanjikan, di mana pertumbuhan konsumsi kebutuhan sehari-hari yang semakin meningkat. Pertumbuhan industri ritel yang mencolok yang dimana ditunjukkan Alfamart dan Indomaret merupakan dua pemain minimarket besar dengan penambahan jumlah gerai yang cukup signifikan. Semakin banyak jumlah gerai ritel, maka juga semakin ketatnya persaingan dari industri ritel. Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan perekonomian yang menjual produk atau kebutuhan pokok maupun harian yang dimana dapat berupa bentuk eceran maupun grosir yang dapat dilaksanakan secara tradisional dan *modern* (Chaniago, 2019).

Persaingan yang semakin kompetitif dimana banyaknya toko ritel mengharuskan perusahaan berfikir kreatif agar tetap dapat bersaing. Tata letak produk yang tepat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan ritel atau juga kepada konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan utama perusahaan ritel. *Product display* menjadi salah satu yang memegang peranan penting dalam dalam industri ritel, hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi konsumen yang dengan mudah menemukan produk dan juga meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja (Purwaningsih et al., 2020). Tata letak toko yang kurang efektif dalam penataan produk, dimana produk kurang strategis dan sulit untuk dijangkau menyebabkan pelanggan membutuhkan waktu yang lama dalam berbelanja hal tersebut dapat menyebabkan kepuasan pelanggan yang berkurang (Hartanto & Aribowo, 2023).

Tata letak mempengaruhi minat dari konsumen dalam berapa lama berbelanja, dimana banyaknya produk yang disusun dengan rapi, rute yang dilalui oleh konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli barang yang diluar perencanaan (Yakub et al., 2019). Tata letak barang yang dinilai baik juga harus

memperhatikan dari kebiasaan berbelanja konsumen, karena hal tersebut dapat memudahkan konsumen dalam mencari barang. Kemudahan yang diberikan kepada konsumen dapat menarik minat belanja, salah satu yang perlu diketahui dalam kebiasaan berbelanja yaitu barang apa saja yang sering dibeli secara bersamaan oleh konsumen (Iswandi et al., 2020).

Swalayan yang dipilih sebagai objek penelitian ini yaitu Dina Swalayan di mana menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, minuman, sembako, perlengkapan rumah tangga, aksesoris, kosmetik dan lain-lain. Kepadatan pembeli biasanya sering terjadi ketika pukul 10.00 dan 16.00 sampai malam dan juga pada hari-hari tertentu seperti *weekend*, tahun baru dan hari besar lainnya, sehingga swalayan mengalami kepadatan. Permasalahan yang ada di Dina Swalayan ini adanya kepadatan pembeli dimana mengakibatkan ruang gerak ketika berbelanja berkurang, contoh kepadatan terdapat pada (Lampiran 2 dokumentasi). Apabila produk yang harus dibeli berjauhan, maka akan membutuhkan waktu yang lama untuk dapat menemukan produk tersebut. Tata letak produk menjadi salah satu aspek penting dalam keunggulan kompetitif yang kuat, dimana penataan produk tidak hanya dari penampilan fisik namun juga didasarkan dari kenyamanan konsumen dan kemudahan dalam berbelanja (Purwaningsih et al., 2020). Permasalahan tata letak produk ini dapat mengakibatkan turunnya transaksi penjualan, sehingga menyebabkan laba yang dihasilkan sebuah perusahaan menurun (Suryani & Utami, 2021). Data transaksi penjualan di Dina Swalayan ini pada bulan September sebesar 2560 transaksi, Oktober 2350 transaksi, November 2208 transaksi. Adanya penurunan transaksi penjualan pada dina swalayan perlu adanya evaluasi dan upaya perbaikan terkait tata letak produk, sehingga pemanfaatan ruangan dalam penataan produk lebih optimal dan meningkatkan kenyamanan konsumen sehingga *impulse buying* dalam membeli barang juga meningkat.

Wawancara dan kuesioner pra survey dilakukan kepada pengunjung Dina Swalayan digunakan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap tata letak produk dan perilaku belanja pelanggan. Responden yang berjumlah 50 orang yang merupakan pengunjung dari Dina Swalayan ini menyatakan bahwa mereka

melakukan belanja lebih dari 2 kali dalam sebulan dan waktu belanja favorit mereka yaitu pada sore hari, dimana hari berbelanja favorit mereka yaitu pada waktu *weekend* dan *weekdays*. Dari 50 responden tersebut menyatakan bahwa sering terjadi kepadatan pembeli di Dina Swalayan, dimana kepadatan tersebut terjadi pada sore hari dan malam hari yang sehingga dalam proses berbelanja dimana produk sulit untuk ditemukan. Pengunjung sering mengalami ketidaknyamanan ketika berbelanja pada saat Dina Swalayan terjadi kepadatan.

Penyelesaian permasalahan yang terkait penataan produk yang belum efektif di Dina Swalayan dapat diselesaikan dengan menggunakan metode *market basket analysis* dan *activity relationship chart*. Metode MBA digunakan untuk dapat menemukan sebuah hubungan atau asosiasi antar produk yang dimana dibeli secara bersamaan, dimana dapat melihat pola perilaku pelanggan dalam pembelian produk (Suryani & Utami, 2021). Metode ini juga digunakan untuk lebih mengoptimalkan tata letak produk, yang dimana produk memiliki nilai probabilitas besar untuk bisa dijual secara bersama dapat diletakkan berdekatan satu sama lain (Purwaningsih et al., 2020). Peta keterkaitan aktivitas atau *activity relationship chart* merupakan sebuah cara yang sangat sederhana dalam perancangan tata letak fasilitas atau suatu departemen berdasarkan dengan derajat hubungan aktivitas. ARC ini digunakan untuk pengelompokan produk yang dimana produk tersebut dapat didekatkan atau tidak berdasarkan faktor-faktor dari produk tersebut (Jamalludin et al., 2020). Penelitian yang dilakukan Purwaningsih studi kasus supermarket dengan penerapan metode *market basket analysis* menghasilkan *layout* rekomendasi. Penelitian yang dilakukan oleh Iswandi studi kasus *Hypermarket XYZ* Lampung dengan menggunakan penerapan algoritma apriori menghasilkan kaidah asosiatif yang dapat membantu peningkatan penjualan dan rekomendasi *layout*. Penelitian yang dilakukan sekarang dengan studi kasus di Dina Swalayan dengan menggunakan *market basket analysis* yang akan menghasilkan aturan asosiatif dan perbaikan *layout* rekomendasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang pada penelitian ini rumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut.

1. Bagaimana mengetahui pola belanja konsumen?
2. Bagaimana merancang ulang (perbaikan) tata letak produk dengan mempertimbangkan pola belanja konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pola belanja konsumen dengan metode *market basket analysis*.
2. Untuk melakukan perancangan ulang (perbaikan) tata letak produk dengan mempertimbangkan pola belanja konsumen dengan metode *market basket analysis*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pola belanja konsumen dengan menggunakan metode *market basket analysis*.
2. Dapat melakukan perbaikan tata letak produk dengan mempertimbangkan pola belanja konsumen dengan metode *market basket analysis*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar dalam penelitian tetap berfokus pada pembahasan dari masalah yang ada dimana batasan masalah tersebut yaitu tidak adanya perubahan dalam ukuran rak *display* yang dibahas dalam penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini digunakan untuk lebih terstrukturanya dalam pemberian pembahasan secara jelas dan terperinci, sistematika penulisan dilakukan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka ini membahas teori-teori dari sumber yang mendukung dan mendasari penelitian skripsi yang berkaitan dengan tata letak produk di Dina Swalayan dengan metode *market basket analysis*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga metode penelitian ini membahas jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, metode penyelesaian, teknik pengolahan data, dan alur penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil dan pembahasan ini membahas hasil pembahasan dan pengolahan data, dan output dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab lima penutup berisi kesimpulan yang didapatkan dari penelitian dan juga saran yang dapat digunakan dalam penelitian yang akan datang

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi himpunan dari sumber atau teori yang digunakan atau mendukung penelitian ini.

LAMPIRAN

Lampiran dalam penelitian ini berisi dokumentasi foto yang mendukung penelitian ini.