

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan majunya teknologi dan perekonomian di Indonesia yang tidak menentu banyak sekali dunia bisnis yang semakin berkembang, khususnya dalam industri bisnis ritel. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis ritel Indonesia antara 10-15% per tahun. Penjualan ritel terus meningkat dari 49 Triliun pada tahun 2006 menjadi 120 Triliun pada 2011 dan 138 Triliun pada 2012. Kontribusi terbesar dari hipermarket, disusul minimarket dan supermarket (Yanditility,2013). Pertumbuhan bisnis ritel ini mengakibatkan persaingan ketat untuk dapat menghasilkan keuntungan yang optimal. Salah satu cara untuk menerapkan strategi dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan memanfaatkan data transaksi pembelian (Setiawati, 2009). Pada kenyataannya data transaksi selama ini banyak yang menumpuk, hal ini dapat menjadi masalah bagi setiap bisnis ritel jika data tersebut tidak dimanfaatkan. Oleh karena itu perlu dilakukan pemilahan dan pemilihan data transaksi penjualan agar diperoleh informasi yang bermanfaat, yaitu dengan mengimplementasikan data *mining*.

Data Mining adalah proses mengekstrasi informasi atau sesuatu yang penting atau menarik dari data yang ada di dalam *database* sehingga menghasilkan informasi yang sangat berharga. Implementasi *Data Mining* dapat memberikan informasi mengenai produk-produk yang sering dibeli

secara bersamaan dalam tiap transaksi, yang disebut dengan asosiasi antar produk. Dari hasil asosiasi dapat digunakan untuk membantu pemilik usaha untuk mengetahui kebiasaan berbelanja masyarakat dan merancang strategi penjualan berdasarkan jenis produk barang yang tingkat konsumsinya tinggi, seperti merancang peletakan barang (menyusun *layout* toko), merancang tampilan produk di *catalog*, merancang kupon diskon (untuk diberikan kepada pelanggan yang membeli produk tertentu) dan merancang penjualan paket produk (Setiawati, 2009).

Surjandari dan Seruni (2005) melakukan penelitian tentang desain tata letak produk pada toko retail menggunakan *market basket analysis*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antar produk kemudian produk tersebut dikelompokkan dengan menggunakan algoritma apriori. Hasil dari asosiasi digunakan untuk merancang tata letak produk, hal ini diharapkan memberikan kenyamanan berbelanja kepada pelanggan, karena pengaturan tata letak produk didasarkan pada *bundel* yang paling sering dipilih oleh pelanggan pada saat belanja di toko ritel.

PT. XYZ merupakan bisnis ritel yang telah membuka cabang di Kota Bangkalan yang mempunyai banyak pelanggan, hal ini dikarenakan lokasinya strategis dan harga jual barang tidak berbeda jauh dengan harga dipasar tradisional. Banyaknya pelanggan di PT. XYZ ini maka semakin banyak pula data transaksi pembelian, agar data-data transaksi pembelian tersebut bermanfaat bagi perusahaan dan dapat memberikan informasi yang penting maka perlu penerapan *data mining*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antar produk dari proses transaksi pembelian yang terjadi berdasarkan aturan asosiasi.
2. Bagaimana usulan *layout* produk di PT. XYZ berdasarkan hasil aturan asosiasi.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antar produk dari proses transaksi pembelian yang terjadi berdasarkan aturan asosiasi.
2. Untuk mengetahui *layout* usulan produk di PT. XYZ berdasarkan hasil aturan asosiasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Dapat mengetahui hubungan antar produk dari proses transaksi pembelian yang terjadi berdasarkan aturan asosiasi.
2. Dapat mengetahui *layout* usulan produk di PT. XYZ berdasarkan hasil aturan asosiasi.

1.5 Sistematika penulisan

Pembahasan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang menjadi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori pendukung terlaksananya penelitian. Adapun tinjauan pustaka pada bab ini adalah *data mining*, *association rule*, *algoritma apriori*, dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, alat/instrumen penelitian, tahapan penelitian, dan *flowchart* penelitian.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses data mining dengan algoritma apriori, dan perancangan tata *layout* produk hasil dari aturan asosiasi.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA