

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

Peningkatan swalayan di Indonesia semakin meningkat dengan adanya kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Kebutuhan akan produk pokok masyarakat membuat pihak swalayan terus melakukan beberapa inovasi pada tempatnya sehingga mampu menyediakan produk yang sangat lengkap dan minat konsumen semakin banyak,

Peningkatan yang dilakukan oleh pihak pemilik swalayan biasanya dengan mengevaluasi tata letak dari swalayan tersebut. Semakin bagus tata letak dari swalayan tersebut maka akan mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Selain itu, konsumen akan dimudahkan dalam melakukan pencarian barang yang dibutuhkan sehingga waktu akan semakin cepat dan tidak membuang waktu untuk melakukan proses pembelian tersebut.

Pengaturan tata letak layout Swalayan sering diabaikan dan terkadang menimbulkan kebingungan oleh konsumen saat melakukan proses pembelian. Hal ini terkadang menjadi permasalahan bagi pihak swalayan. Pengaturan tata letak layout yang baik akan memberikan nilai baik dari pelayanan yang diberikan oleh pihak swalayan tersebut. Pada penelitian kali ini membahas tentang permasalahan tata letak layout di Hypermart, Bangkalan.

Hypermart merupakan salah satu sebuah ritel yang menjual kebutuhan sehari-hari yang umumnya berada di area berdekatan dengan pemukiman, kos dan juga pusat perbelanjaan. Hypermart merupakan perusahaan ritel yang cukup terkenal di kalangan masyarakat. Perusahaan ritel Hypermart telah memiliki banyak cabang di seluruh wilayah Indonesia.

Peneliti melakukan survey mengenai tata letak layout di Hypermart Bangkalan. Dari hasil survey peneliti menemukan permasalahan yang

berhubungan dengan tata letak layout di perusahaan ritel tersebut. Berdasarkan hasil survey ditemukan bahwa tata letak barang Hypermart dalam pengaturannya menggunakan aturan penataan berdasarkan jenis produk, ukuran dan ciri khas produk. Pengaturan posisi produk di minimarket Hypermart Bangkalan masih menggunakan subyektifitas manajemen dan tidak memperhatikan dari segi perilaku konsumen.

Dari hasil survey di Hypermart juga didapatkan terdapat barang yang seharusnya tidak boleh berdekatan antara produk kimia dengan produk makanan. Terkadang penataan di Hypermart Bangkalan masih terbilang belum rapi. Padahal dengan adanya tata letak yang sesuai dengan keinginan konsumen akan menjadi nilai tambah untuk menarik minat belanja konsumen di Hypermart Bangkalan.

Pada permasalahan tersebut peneliti ingin melakukan perbaikan tata letak layout di Hypermart Bangkalan dengan pendekatan MBA (*market basket analysis*). *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 pada metode *Market Basket Analysis* adalah bisa mengetahui frekuensi barang yang sering dibeli dan barang yang sering dibeli secara bersamaan, yang nantinya barang yang sering dibeli dan barang yang sering dibeli secara bersamaan dalam satu kali pembelian akan dikumpulkan dan didekatkan, sehingga proses pelayanan bisa lancar dan meminimumkan lambatnya pelayanan

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian timbul dari adanya permasalahan yang ada, seperti yang telah di jelaskan pada latar belakang, rumusan masalah pada penelitian adalah :

1. Bagaimana merancang tata letak layout Hypermart Bangkalan dengan pendekatan MBA (*Market Basket Analysis*) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

1. Merancang perbaikan tata letak layout hypermart yang efektif sesuai dengan pendekatan MBA (*Market Basket Analysis*).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang didapat dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Menghasilkan tata letak layout baru yang efektif pada Hypermart Bangkalan.
2. Melancarkan aktivitas proses pembelian serta pelayanan pada konsumen.
3. Menghasilkan proses penataan yang rapi serta teratur.
4. Memberikan kontribusi bagi Hypermart Bangkalan dalam mengevaluasi tata letak layout yang lama.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian tidak menghitung biaya perencanaan tata letak layout dari Hypermart.
2. Penelitian hanya pada tata letak layout barang pada Hypermart Bangkalan.
3. Tidak menghitung luas dari tata letak layout Hypermart Bangkalan.
4. Tidak ada pengurangan dan penambahan produk

1.6 Asumsi – Asumsi

Asumsi yang diambil dalam penelitian yaitu perancangan tata letak layout yang efektif sesuai dengan perilaku konsumen dalam melakukan proses pembelian serta proses penataan barang yang baik serta rapi dalam meningkatkan proses pelayanan di Hypermart Bangkalan.