

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan mudahnya akses terhadap informasi, berpengaruh kepada sebagian besar masyarakat dalam menjalankan pola hidup modern. Pengaruh tersebut terlihat dengan semakin tumbuh dan berkembangnya fasilitas komersial baik berupa jasa dan barang yang sangat mudah dijangkau dari segi jarak serta cukup lengkap dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu fasilitas komersial yang semakin berkembang di tengah masyarakat yaitu supermarket dan pusat perbelanjaan modern lainnya yang menawarkan kepraktisan, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi. Semakin banyaknya jumlah pusat perbelanjaan modern inilah yang menimbulkan ketatnya persaingan di bidang bisnis ritel sehingga hal yang diutamakan bagi setiap pengusaha ritel adalah memaksimalkan strategi pemasaran terkait perilaku konsumen (Simamora, 2012)

Sakinah Supermarket berawal dari pendirian Koperasi Pondok Pesantren Hidayatullah As-Sakinah Jawa Timur berdasarkan Akta No. 7147 tanggal 28 Oktober 1991. Sesuai dengan Pasal 4 Anggaran Dasar Koperasi, ruang lingkup kegiatan usaha pengadaan dan pejualan kebutuhan anggota dan non anggota atau usaha pertokoan. Perusahaan ritel ini berkedudukan di Surabaya dengan alamat Jl. Arif Rahman Hakim No. 32. Awal mula kegiatan usaha koperasi dimulai pada tahun 1993, kemudian pengurus mendirikan minimarket dengan luas 200 meter persegi. Saat ini, supermarket As-Sakinah (berpusat di Keputih Surabaya) berdiri

di atas lahan seluas 2.250 meter persegi, di mana 1.500 meter persegi dibangun untuk gedung 2 lantai dan sisanya dimanfaatkan sebagai tempat parkir untuk karyawan maupun para pengunjung. Sakinah supermarket Keputih berusaha menempatkan posisi bisnis ritelnya melalui tempatnya yang cukup luas ditunjang ketersediaan segala jenis kebutuhan sehari-hari baik itu berupa bahan baku mentah, bahan jadi, alat-alat memasak, keperluan alat tulis kantor hingga macam-macam busana untuk dipakai dari mulai kepala hingga kaki.

Dengan luas area supermarket tersebut, Sakinah selalu konsisten bertahan pada posisi yang bagus dalam bisnis ritel di kawasan Keputih dan sekitarnya. Lokasi supermarket dinilai cukup strategis dan cukup dikenal oleh warga sekitar karena berada di akses pintu keluar masuk kampus Institut Teknologi Sepuluh Nopember dan juga berada di tepi jalan kampung Keputih yang cukup padat. Hal yang demikian, perlu ditangani oleh pengusaha sebagai keuntungan awal sehingga strategi pemasaran dapat dikhususkan pada bagian internal toko seperti penempatan produk. Ketersediaan produk yang melimpah apabila tidak ditata dengan pengetahuan yang baik akan perilaku konsumen, menimbulkan salah persepsi akan ketersediaan barang serta efektivitas penjualan produk seperti produk yang kedaluwarsa.

Bagi sebagian konsumen maupun penulis, dengan banyaknya barang diperjualkan oleh toko, tidak jarang kemudian ditemukan beberapa pembeli yang selalu mengajukan pertanyaan kepada karyawan supermarket untuk menanyakan keberadaan suatu barang. Hal ini diakibatkan penempatan *layout* rak supermarket sakinah yang salah atau kurang tepat, sehingga perlu ditata ulang sesuai dengan kebutuhan para konsumen yang mana dapat dengan mudah dipahami dengan baik

oleh pembeli. Serta dapat menyelesaikan masalah penempatan rak produk kimia yang berdekatan dengan rak produk makanan dan supermarket memberikan pelayanan konsumen keberadaan suatu barang agar terlihat di rak supaya penempatan produk sesuai dengan kebutuhan para konsumen yang diinginkannya. Sehingga tidak akan mengganggu jalannya efektivitas pelayanan terhadap pertanyaan konsumen.

Kasus Sakinah Supermarket Keputih dapat menggunakan pendekatan metode *Market Basket Analysis dan Activity Relationship Chart* guna menentukan pertimbangan *layout* berdasarkan analisa sehingga meningkatkan pembelian produk. Metode *Market Basket Analysis* bertujuan untuk menentukan produk-produk apa saja yang biasa dibeli oleh konsumen secara bersamaan berada ditempat berdekatan. Dengan diterapkannya metode ini, dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja. *Activity Relationship Chart (ARC)* dapat membantu metode MBA dalam mengetahui alasan kualitatif suatu produk yang memiliki kedekatan antar satu produk dengan produk lainnya berdasarkan aktivitas tertentu atau sifat tertentu seperti kedekatan sifat kimia, atau kedekatan dalam hal fungsi seperti keperluan dapur dan makanan mentah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, sehingga diperoleh rumusan sebuah permasalahan yaitu:

**“Bagaimana penempatan sesuai tata letak produk yang diinginkan oleh konsumen dengan metode *Market Basket Analysis dan Activity Relationship Chart* di Supermarket Sakinah Keputih?”**

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian Analisis Penempatan Produk dengan Metode *Market Basket Analysis dan Activity Relationship Chart* dengan Sakinah Supermarket Keputih sebagai Studi Kasus, ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada aspek penempatan produk yang terjadi dilantai 1
2. Objek Penelitian adalah data transaksi belanja konsumen
3. Hasil Penelitian hanya sebagai masukan perusahaan, tidak menganalisa strategi pemasaran secara komprehensif.

### **1.4 Asumsi**

Beberapa asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondisi tata letak produk bisa ditata ulang.
2. Proses jual beli atau transaksi berjalan normal.
3. Penempatan produk berpengaruh pada jumlah pembelian.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menempatkan produk pada tata letak yang sesuai dengan keinginan konsumen berdasarkan metode *market basket analysis* dan *Activity Relationship Chart*

2. Memberikan rekomendasi atau respon teknis kepada pihak supermarket dalam hal pelayanan konsumen

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis
  - a. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi nilai tambah bagi pengusaha ritel Sakinah Supermarket dalam usaha meningkatkan penjualan, kualitas pelayanan hingga mendapatkan keuntungan jangka panjang
  - b. Dapat menjadi bahan pustaka bagi mahasiswa dan bidang lainnya yang memiliki minat dalam penelitian sejenis.
2. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi akademisi dalam penelitian sejenis dengan membandingkan teori dan fakta lapangan dalam suatu studi kasus.
  - b. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat pula dikembangkan sehingga dapat memberi acuan pada bidang penelitian sejenis.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian tugas akhir sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian, batasan dan asumsi yang dipakai

dalam penelitian serta sistematika penulisan penelitian analisis penempatan produk dengan menggunakan metode *Market Basket Analysis and Activity Relationship Chart*

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi dasar-dasar teori yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian, yaitu teori mengenai tata letak *layout* produk dengan menggunakan metode *Market Basket Analysis* dan *Activity Relationship Chart*.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengolahan data serta kerangka pemecahan masalah (*flow chart* penelitian).

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diperoleh hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis menggunakan *Market Basket Analysis* (MBA) melalui dukungan *Activity Relationship Chart* untuk kemudian diterjemahkan kedalam *layout* penempatan produk.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini merupakan penutup tulisan yang berisi kesimpulan dan saran mengenai usulan yang telah dilakukan sehingga dapat memberikan suatu rekomendasi sebagai masukan ataupun perbaikan bagi pihak Supermarket.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**