

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya orang suka berbelanja, dan orang-orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan atau hanya ingin membeli sesuatu barang yang diinginkan. Dalam sebuah market para pembeli (pelanggan) ini merupakan hal yang memiliki peranan penting, karena dengan pelanggan bisa untuk menentukan majunya sebuah usaha atau tidak. Begitu juga dengan Swalayan x yang merupakan Swalayan dimana orang-orang bisa membeli sesuatu yang dibutuhkan terutama makanan-makanan ringan, minuman, peralatan mandi, obat-obatan serta kebutuhan sehari-hari. Setiap transaksi dari pelanggan akan memiliki sebuah catatan transaksi dari aktivitas belanjanya seperti tanggal pembelian, barang-barang yang dibeli, dan lainnya, oleh karena itu diperlukan penyimpanan data secara elektronik (Kadek, 2012).

Industri retail yang berkembang pada zaman ini beragam dan dapat diklasifikasikan dalam banyak cara, sebagai contoh Retail dapat di kelompokkan sesuai dengan aktivitas penjualan barang: 1) **Retail Kecil** di gambarkan sebagai retailer yang berpenghasilan di bawah Rp 5juta pertahun. Pemilik retail pada umumnya bertanggung jawab penuh terhadap seluruh penjualan dan manajemen. Biasanya kebanyakan pemilik toko pada bisnis retail kecil ini dimiliki oleh secara individu; 2) **Retail Besar**. Pada saat ini industri Retail di kuasai oleh organisasi besar, organisasi tersebut meliputi, Departemen Store, Chain organization (organisasi berantai), Supermarket, Catalog Store, Warehouse, Outlet dan Online Store (Bernadetta, 2012).

Seiring dengan perkembangan bisnis ritel, pada saat ini, bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, dinamis, dan kompetitif (Ghosh, 1992). Penggunaan mesin pencatat dan pemroses transaksi berteknologi *barcode* telah umum digunakan pada penjual eceran maupun kecil (toko atau swalayan). Dengan mesin ini, penjual eceran dapat menyimpan data transaksinya dalam suatu basis data transaksi. Tiap informasi pada transaksi memuat tanggal dan *item* apa saja yang dibeli. Data ini disebut sebagai *basket data*. *Market Basket Analysis* (MBA) merupakan studi mengenai analisis *basket data*. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam MBA adalah *association rule mining* yang bertujuan menemukan aturan-aturan asosiasi di antara himpunan besar data *item* dalam basis data transaksi. Apabila diimplementasikan dalam basis data transaksi, aturan-aturan asosiasi ini akan sangat berguna dalam menentukan strategi bisnis seperti mendesain katalog, menata *layout*, serta merancang kampanye pemasaran, kupon belanja dan promosi. Contoh: sebuah toko mencoba mencari hubungan suatu barang yang dibeli dengan barang lainnya, contohnya selai kacang. Mereka menemukan selai kacang 30% dibeli bersama roti tawar 40% dan 40% dibeli bersama agar-agar. Berdasarkan fakta ini, maka toko tersebut menempatkan selai kacang berdekatan dengan roti dan agar-agar, dengan adanya penempatan ini, maka akan meningkatkan penjualan barang yang dibeli bersamaan (Rachmat, 2008).

Dari latar belakang yang dipaparkan, rumusan masalah yang muncul adalah menemukan dan menginterpretasikan sejumlah rule yang terbentuk dari objek yang diteliti dengan metode MBA. Oleh karena permasalahan diatas, maka disusunlah “ANALISIS POLA PEMBELIAN KONSUMEN DI SWALAYAN SEBAGAI DASAR EVALUASI *LAYOUT* DENGAN PENDEKATAN *MARKET BASKET ANALYSIS* DAN *ASSOCIATION RULE*” dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan pembeli mana yang di beli lebih banyak bersamaan dan mana yang dibeli yang tidak bersamaan. Contohnya saat pembeli membeli roti tawar maka biasanya pembeli membeli susu kental atau selai secara bersamaan (Michael & Goutam, 2012).

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola pembelian konsumen?
2. Bagaimana hasil evaluasi *Layout* berdasarkan pendekatan *Market Basket Analysis* dan *Association Rule*?
3. Apakah penyortiran produk menjadi pengelompokan departemen dapat mendukung untuk desain layout perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah :

1. Untuk menentukan pola pembelian konsumen.
2. Menentukan hasil evaluasi *Layout* berdasarkan pendekatan *Market Basket Analysis* dan *Association Rule*.
3. Menyortir barang dengan pengelompokkan berdasarkan departemen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pembeli mana yang di beli lebih banyak bersamaan dan mana yang dibeli yang tidak bersamaan.

## 1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari penelitian yang terlalu luas dan untuk memberikan arah yang lebih baik serta memudahkan dalam penyelesaian masalah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka perlu adanya pembatasan masalah. Batasan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Swalayan Sumber Rezeki, yaitu dengan mengumpulkan 500 struk yang masing-masing berdasarkan departemennya.
2. Perilaku konsumen terhadap pembelian produk
3. Metode yang digunakan adalah *Market Basket Analysis* dan *Association Rule*

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penilaian kinerja karyawan.
  - b. Sebagai sarana pengembangan diri mahasiswa dalam melakukan paraktik kerja di lapangan.
2. Bagi Perusahaan
  - a. Menambah informasi terkait perilaku kebutuhan konsumen dalam mendukung peningkatan penjualan.
  - b. Memberikan gambaran terkait perilaku kebutuhan konsumen berupa data dalam bentuk struk sebanyak 500, sehingga hasilnya dapat dipertanggung jawabkan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini maka akan di uraikan tentang sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi mengenai dasar-dasar teori dan metode yang digunakan sebagai dasar dan alat untuk memecahkan masalah. Metode yang digunakan adalah *Association Rule* dan *Market Basket Analysis*.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi tentang metode pengumpulan data, diagram alir penelitian, dan data pengolahan serta analisis data.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi pengumpulan data – data yang akan diolah sesuai dengan penelitian yg dilakukan, serta pengolahan data untuk menyelesaikan kasus yang menjadi masalah.

### **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan terhadap data-data yang telah diolah menggunakan landasan teori penunjang penelitian yang disajikan pada BAB II.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

bab ini berisi kesimpulan dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menjawab rumusan masalah yang diajukan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**