

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan pangsa pasar dan daya saing penjualan saat ini, membuat banyak perusahaan menerapkan berbagai macam strategi untuk menarik pelanggan. Salah satu strategi tersebut yaitu memberikan kualitas pelayanan terbaik terhadap konsumen. Hal ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Selain kualitas layanan yang diperhatikan, sebuah perusahaan perlu melakukan perencanaan yang berkaitan dengan tata letak barang. Perencanaan tata letak dapat menunjang pencapaian tujuan yang diharapkan apabila benar-benar dipersiapkan dan dirancang dengan baik. Dengan penataan barang yang baik, konsumen akan mudah menentukan barang yang dicari, serta menciptakan suasana nyaman dalam berbelanja, sehingga hal tersebut akan menghasilkan penjualan yang maksimal.

Pentingnya tata letak akan lebih terlihat bila dikaitkan dengan kegiatan yang berlangsung, misal di sebuah industri tempat penjualan produk, tata letak tersebut berperan membantu konsumen untuk dapat secara cepat menemukan produk yang ingin dibeli atau yang dibutuhkan. Dengan adanya penerapan tata letak yang baik, maka dapat menekan waktu yang dibutuhkan oleh konsumen dalam mencari barang. Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan cepat dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan, hal tersebut juga menentukan kepuasan pelayanan terhadap konsumen.

Toko Bambino merupakan salah satu toko yang bergerak dalam penjualan perlengkapan bayi dan anak. Berdasarkan hasil observasi secara langsung, kendala saat ini yang ditemui peneliti yaitu ketidakteraturan *display* pakaian anak sehingga

konsumen seringkali tidak dapat menemukan pakaian yang mereka inginkan. Konsumen juga mengalami kesulitan dalam menemukan baju anak karena penyusunan baju tidak rapi dan masih bercampur. Peneliti menggali data awal dengan menyebarkan kuesioner terbuka yang diberikan kepada 10 orang responden. Dari hasil kuesioner terbuka diperoleh bahwa konsumen sering kali komplain terhadap karyawan karena harus berkeliling mencari baju anak yang diinginkan yang letaknya belum tersusun dengan baik. Kemudian dari hasil kuesioner terbuka tersebut, peneliti mengembangkan pernyataan-pernyataan yang paling diinginkan konsumen dengan membuat kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka dan tertutup yang dibagikan untuk menggali persepsi peneliti sesuai dengan keadaan yang dirasakan juga oleh konsumen. Hal ini terbukti dari hasil penyebaran kuesioner tertutup, seperti diantaranya pada pernyataan penyusunan pakaian saat ini sudah tersusun dengan rapi didapatkan rata-rata 3,7, pakaian anak banyak yang menumpuk didapatkan rata-rata 3,9, susunan pakaian anak sudah rapi tapi masih menumpuk didapatkan rata-rata 3,8, informasi tentang posisi dan letak pakaian kurang dimengerti konsumen didapatkan rata-rata 3,9.

Letak/ posisi baju saat ini memang masih berantakan dan konsumen (responden) menginginkan suatu penyusunan baru yang lebih teratur dan memudahkan menemukan atau mendapatkan barang yang mereka inginkan. Hal ini lebih berkaitan dengan hubungan kedekatan baju, misalnya kode barang yang sama (CPJ4), baju ini memiliki kesamaan jenis seperti jenis kelamin yang sama, dan memiliki perbedaan seperti ukuran dan warna yang berbeda, namun kondisi sekarang yang ada posisi letak baju di atas berjauhan dan tidak pada satu tempat, sehingga apabila konsumen mencari baju tersebut merasa kesulitan dan pada akhirnya konsumen akan merasa kecewa karena tidak menemukan baju yang diinginkan tersebut.

Dari masalah di atas menyebabkan penghasilan toko belum maksimal, misal pendapatan yang didapat hanya Rp 450.000/hari. Oleh karena itu, peneliti ingin menyelesaikan permasalahan di toko Bambino dengan mengimplementasikan terhadap tata letak *display*. Menurut Ngadiman (2008 : 329) menyatakan bahwa penataan produk (*display*) adalah tata letak barang dengan memperhatikan unsur

pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapian dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli. Dengan demikian penataan produk (*display*) merupakan pemajangan atau tata letak barang dagangan untuk menarik minat beli konsumen agar terciptanya pembelian. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Penataan produk yang baik akan membangkitkan minat pelanggan untuk membelinya, sehingga peneliti mengusulkan penyusunan tata letak baju anak ini akan disusun berdasarkan karakteristik yang sama. Karakteristik tersebut terdiri atas usia, jenis kelamin, ukuran, dan model baju. Salah satu teknik untuk membantu penataan ulang *display* berdasarkan karakteristik yang sama tersebut adalah teknik pengelompokan *clustering*. Teknik *clustering* yang paling sederhana dan umum digunakan adalah teknik dengan menggunakan algoritma *K-Means*.

K-Means merupakan metode data *clustering non hirarki* yang mempartisi data ke dalam *cluster* sehingga data yang memiliki karakteristik yang sama dikelompokkan ke dalam satu *cluster* yang sama dan data yang mempunyai karakteristik yang berbeda dikelompokkan ke dalam kelompok lain (Agusta, 2007 dalam Indri, 2015). Dari beberapa teknik *clustering* yang paling sederhana dan umum dikenal adalah *K-Means clustering* (Santosa, 2007).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana perbaikan *display* pakaian anak di Toko Bambino dengan metode *K-Means Clustering* untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan barang yang diinginkan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempermudah konsumen dalam menemukan barang.
2. Meminimasi jarak *display* baju anak.
3. Meningkatkan penghasilan toko.

1.4. Batasan Masalah

Agar dapat lebih memfokuskan dalam penelitian dan analisa yang dilakukan, maka penulis membatasi lingkup laporan ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada permasalahan yang dibatasi hanya pada stok baju anak di toko Bambino dengan metode *K-Means Clustering*.
2. Data yang diambil dimulai dari tanggal 01 September sampai dengan 11 Desember 2017.

1.5. Peneliti Terdahulu

Peneliti yang telah pernah mengambil topik perbaikan tata letak metode *K-Means Clustering* data mining dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
1.	Indri Dwi Rukmana (2015) "Implementasi Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Tata Letak Merk Produk Berdasarkan Jenis Produk Di Swalayan Larriso Ambulu-Jember"	Universitas Muhammadiyah Jen	Penelitian ini membahas tentang penentuan tata letak produk di swalayan yang menjual makanan berdasarkan jenis produk yang dijual, dan data yang dibutuhkan merupakan data struk-struk belanja. Pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang penentuan tata letak baju anak berdasarkan usia di toko Bambino, dan data yang dibutuhkan merupakan data persediaan barang/ stok barang.

Lanjutan Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
2.	Dwi Noviati Nango (2012) "Penerapan Algoritma <i>K-Means</i> Untuk Clustering Data Anggaran Pendapatan Belanja Daerah Di Kabupaten XYZ"	Universitas Negeri Gorontalo	<p>Penelitian ini membahas tentang pengelompokan data APBD tahun 2006-2011 untuk mengestimasi data anggaran belanja yang akan datang dan hanya memakai 3 pengelompokan jumlah <i>cluster</i>.</p> <p>Pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang bagaimana perbaikan tata letak <i>display</i> di toko Bambino berdasarkan usia pemakai untuk meningkatkan nilai penjualan dan menggunakan pengelompokan 4 jumlah <i>cluster</i>.</p>
3.	Vishientrie Sylviana Asta (2017) "Perancangan Tata Letak Produk Dengan Aturan Asosiasi Pada Data Mining (Study Kasus Toko Lucky Palembang)"	Universitas Katolik Musi Charitas Palembang	<p>Penelitian ini membahas tentang penentuan tata letak produk dengan menggunakan aturan asosiasi dan data yang dikumpulkan berdasarkan nota penjualan barang.</p> <p>Pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang penentuan tata letak pakaian di toko Bambino dengan menggunakan metode <i>K-Means Clustering</i> dan data yang dikumpulkan merupakan data persediaan barang/ stok barang.</p>