

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tata letak adalah salah satu kunci keputusan yang menentukan efisiensi operasi dalam jangka panjang. Tata letak mempunyai sejumlah implikasi strategis karena menentukan prioritas bersaing perusahaan dalam hubungannya dengan kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas hidup kerja, kontak konsumen dan *image*. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai keunggulan strategi yang mendukung diferensiasi, biaya rendah, atau respon.

Tujuan dari semuanya itu antara lain untuk memaksimalkan; kepuasan konsumen; pemanfaat/penggunaan ruang, alat dan orang; aliran informasi, bahan dan orang yang efisien; dan moral dan keselamatan karyawan.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta kemajuan zaman sekarang ini telah banyak hypermart-hypermart didirikan. Di Palembang pun sudah banyak hypermart di mana setiap hypermart memiliki penataan yang dapat menarik minat para pengunjungnya.

Dalam meraih tujuan yang ingin dicapai dalam suatu persaingan di dunia bisnis, di samping mempunyai metode bagaimana meningkatkan penjualan dengan sistem promosi atau strategi yang digunakan dan penataan produk yang baik akan mempermudah konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan supaya penjualan produk berjalan lancar.

PT Lotte Shopping Indonesia, Palembang merupakan hypermat yang mempunyai sistem penjualan yang berbeda dengan hypermart yang lainnya yang ada di Palembang yaitu sistem penjualan dengan jumlah yang besar. Semakin banyak produk yang dibeli maka semakin murah harga yang didapat tanpa mengurangi kualitasnya. PT Lotte Shopping Indonesia ini mempunyai pelanggannya sendiri sehingga hal ini juga dapat menjadi perhatian dalam melakukan usulan tata letak *display* produk.

PT Lotte Shopping Indonesia, Palembang mempunyai pelanggan yang kebanyakan wiraswasta yang bergerak di bidang *catering*, rumah makan sehingga

produk-produk yang banyak menjadi incaran para pelanggan tersebut adalah departemen *fresh food*. Secara umum pelanggan yang datang hanya membeli produk-produk kebutuhan usaha dengan harga yang murah dan bukan menjadikan makro sebagai tempat untuk jalan-jalan.

Display produk *fresh food* belum didasarkan kepada perilaku konsumen hanya didasarkan pada produk yang laku maka akan diletakkan pada tempat yang cukup luas. Penataan *display* pun tidak menjadi prioritas utama di lokasi tersebut banyak produk-produk yang tidak dirapikan kembali saat pelanggan meninggalkan lokasi perbelanjaan. Dalam penataan produk diperlukan pengelompokan produk yang sejenis atau yang mempunyai keterkaitan satu dengan yang lainnya sehingga mempermudah konsumen dalam memperolehnya. Seiring dengan persaingan yang begitu besar yang mengakibatkan perusahaan harus dapat mempertahankan eksistensinya, perubahan tata letak produk dirasa sangat diperlukan. Usulan tata letak produk tersebut diharapkan mampu memberikan kepuasan pelanggan dan meningkatkan hasil penjualan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di PT Lotte Shopping Indonesia yang telah disebutkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana usulan tata letak produk PT Lotte Shopping Indonesia pada produk *fresh food* yang dapat meminimalisasi jarak yang dilalui pelanggan dengan aturan asosiasi dalam data mining.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. mendapatkan hubungan kedekatan antar produk
2. mendapatkan usulan tata letak produk berdasarkan hubungan kedekatan antar produk yang dapat meminimalisasi jarak yang dilalui pelanggan.

1.4. Ruang Lingkup Masalah

Batasan masalah perlu dibuat untuk lebih mengarahkan pembahasan yang dilakukan sehingga tidak menyimpang dari rumusan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini hanya dilakukan pada produk *fresh food*.

1.5. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian terdahulu merupakan suatu cara untuk memfokuskan atau mempertajam penjelasan yang sudah ada.

1. Yogi Yusuf W., F. Rian Pratikto, Gerry T.

Jurusan Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan

Judul: Penerapan data mining dalam penentuan aturan asosiasi antar jenis item

Tujuan: untuk menilai apakah bermanfaat aturan yang dihasilkan dengan membandingkan *confidence* aturan dengan *prior probability*.

2. Wahyu Widianti

Fakultas Teknologi Industri ITB 2005

Judul: Penerapan Teknik Market Basket Analysis pada Perancangan Tata Letak Produk Di Supermarket (Studi Kasus: Matahari Supermarket, Sultan Plaza Jl. Cihampelas No. 211 Bandung)

Tujuan: untuk mengidentifikasi produk-produk apa saja yang saling berasosiasi dan dapat digabungkan dalam kelompok mix merchandise yang sama dengan menggunakan teknik market basket analysis, untuk meminimasi pengaruh intuitif dari pihak retailer dan supplier. Dari bentuk asosiasi tersebut kemudian diaplikasikan dalam rancangan tata letak produk di supermarket.

Persamaan diantara penelitian ini adalah dengan menggunakan aturan asosiasi dalam metode data mining sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang pertama adalah tata letak produk dibuat, perbedaannya dengan penelitian yang kedua adalah menghitung jarak yang dilalui pelanggan dalam mendapatkan produk.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan perlu diuraikan secara singkat untuk memberikan gambaran secara garis besar. Berikut merupakan sistematika penulisan laporan tugas akhir untuk masing-masing bab:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan fenomena-fenomena yang melatarbelakangi munculnya rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup permasalahan yang ada di PT Lotte Shopping Indonesia serta cara penulisan laporan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan teori-teori apa saja yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Teori-teori yang dibahas pada bab ini antara lain mengenai tata letak produk dan mengenai data mining serta aturan asosiasi dalam merancang tata letak produk.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian yang akan dijalankan. Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilalui pada penelitian yang dimulai dari perumusan masalah hingga simpulan dan saran.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dipaparkan data apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian dan cara mengolah data hingga diperoleh usulan tata letak produk yang sesuai dengan kedekatan tiap produk.

Bab V Analisis

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap usulan tata letak produk dengan aturan asosiasi dalam data mining.

Bab VI Simpulan dan Saran

Pada bab ini dipaparkan secara singkat mengenai penelitian termasuk rancangan tata letak yang diusulkan dan keuntungan yang diperoleh. Pada bab ini juga berisi saran-saran untuk perusahaan yang dapat berguna dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.