

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia industri yang kini telah menuju perkembangan yang semakin baik tentunya membuat daya saing menjadi semakin tinggi pula. Dalam tuntutan memberikan pelayanan terbaik, setiap perusahaan melakukan berbagai upaya untuk memastikan kepuasan konsumen. Perusahaan tentunya juga mempertimbangkan efisiensi dan efektifnya pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini, konsumen memiliki peranan dalam menentukan apakah perusahaan telah memberikan pelayanan yang memuaskan.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam suatu industri adalah perancangan tata letak. Tata letak memiliki kontribusi yang sangat penting terhadap dunia industri. Dalam dunia industri, tata letak berperan dalam membantu proses alir produksi untuk dapat menjadi lebih efisien dan cepat sehingga dapat meningkatkan produktivitas. Selain itu, jika dikaitkan dengan tempat penjualan produk, tata letak berperan membantu konsumen untuk dapat secara cepat menemukan produk yang ingin dibeli. Dalam hal ini, tentunya tata letak juga dapat menentukan kepuasan pelayanan kepada konsumen. Konsumen akan puas apabila pelayanan yang diberikan cepat dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan inginkan. Pelayanan terhadap konsumen dapat menjadi kurang baik bukan karena kinerja karyawan maupun pemilik toko, melainkan akibat dari kondisi atau posisi produk yang kurang tepat.

Toko Lucky merupakan salah satu industri yang bergerak dalam penjualan perlengkapan bahan kue dan perlengkapan ulang tahun. Dalam kinerja yang ditemui terdapat hal yang menjadi kendala terhadap pelayanan kepada konsumen belum optimal. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung yang dilakukan, kerap kali ditemui adanya komplain dari konsumen dikarenakan untuk menemukan produk konsumen harus berkeliling mencari posisi produk yang akan dicari. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen mengalami kesulitan dalam menemukan produk karena penyusunan dan pengelompokan produk di toko yang memiliki keterkaitan tidak dipertimbangkan, sehingga posisi produk yang mempunyai keterkaitan berjauhan. Pada Toko Lucky terdapat 108 jenis-jenis produk, baik produk perlengkapan ulang tahun maupun perlengkapan bahan kue. Dari survei awal yang dilakukan 38 dari 50 orang atau 76% konsumen yang membeli tatakan dan kotak kue, tetapi dalam penataan posisi antara tatakan dan kotak kue berjauhan dan membuat konsumen mengalami kesulitan dalam mencari produk yang memiliki keterkaitan tersebut.

Permasalahan konsumen kesulitan dalam menemukan produk akan mempengaruhi tingkat pelayanan toko terhadap konsumen. Oleh karena itu, diusulkan penyelesaian terhadap masalah yang terjadi pada Toko Lucky yaitu dengan memberikan rancangan ulang letak atau posisi produk perlengkapan bahan kue dan perlengkapan ulang tahun yang ada dengan mempertimbangkan keterkaitan produk.

Pengaturan posisi yang akan dilakukan adalah dengan memposisikan perlengkapan bahan kue dan ulang tahun yang lebih dominan atau banyak dibeli oleh konsumen diposisikan secara berdekatan dan produk-produk yang memiliki keterkaitan. Penyusunan produk ini juga bertujuan untuk membantu mempermudah konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan oleh konsumen, sehingga jarak yang perlu ditempuh untuk mengambil produk menjadi lebih singkat. Pelayanan yang cepat dapat membuat konsumen merasa puas dan tentunya dapat membuat semakin banyak pembeli yang memilih Toko Lucky sebagai pilihan utama.

Berdasarkan masalah di atas maka perlu dilakukan penelitian tentang Perancangan Ulang Tata Letak Produk dengan Aturan Asosiasi pada *Data mining*. *Data mining* tersebut digunakan karena *data mining* dapat membantu mencari dan menemukan pola keterkaitan produk dari data yang telah ada. Permasalahan ini menggunakan aturan asosiasi karena aturan asosiasi dapat digunakan untuk membantu mengelompokkan atau mengatur posisi produk atau sesuatu sesuai dengan keinginan dan sesuai dengan permasalahan yang

ada pada Toko Lucky. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat mengurangi tingkat kesulitan dan jarak konsumen untuk menemui produk yang diinginkan dari Toko Lucky berkaitan dengan tata letak yang akan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan ulang tata letak produk dengan metode asosiasi untuk meminimalisasi jarak yang dilalui konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan rancangan tata letak untuk meminimalisasi jarak tempuh pengambilan produk yang dilalui konsumen.
2. Mengetahui pengurangan jarak yang dibutuhkan konsumen.
3. Mengurangi tingkat kesulitan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang spesifik dan terarah, maka ruang lingkup dari penelitian ini adalah

1. Penelitian ini berfokus pada data-data nama bahan kue yang tersedia, merek dari bahan kue dan nota pembelian dari konsumen dengan aturan asosiasi.
2. Pengukuran jarak hanya mempertimbangkan panjang dan lebar pada masing-masing produk dan tidak mempertimbangkan ketinggian penyusunan pada rak.
3. Perhitungan jarak tidak dimulai dari pintu masuk, perhitungan dimulai langsung dari produk pertama yang akan dibeli konsumen.

4. Waktu pengambilan data dimulai pada tanggal 01 Oktober sampai dengan 17 Oktober 2016.
5. Waktu implementasi dimulai pada tanggal 28 November sampai dengan 13 Desember 2016.

1.5 Peneliti Terdahulu

Agar penelitian mendapatkan hasil yang terbaik, maka perlu dilakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang hampir sejenis dengan penelitian ini. Berikut ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
1.	Rendi Wijaya (2010) “Usulan Tata Letak Produk Pada Divisi <i>Fresh Food</i> Dengan Menerapkan Aturan Asosiasi <i>Data mining</i> (Studi Kasus di PT <i>Lotte Shopping</i> Indonesia, Palembang)”	Sekolah Tinggi Teknik Musi	Rendi Wijaya: Membahas tentang hubungan kedekatan antar produk untuk mendapatkan usulan tata letak produk yang dapat meminimalisasikan jarak yang dilalui pelanggan dengan menerapkan Aturan Asosiasi <i>Data mining</i> . Pada Penelitian ini: membahas mengenai kedekatan produk yang dominan dibeli oleh konsumen dan produk sejenis untuk memperoleh efisien jarak sehingga dapat meningkatkan penghasilan pada toko. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penelitian ini hanya sebatas memberikan usulan tata letak, tetapi penelitian

Lanjutan Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
			melakukan perancangan ulang tata letak di tempat yang akan diteliti.
2.	Wendy Wijaya (2012) “Tata Letak <i>Display</i> Obat-Obatan Di Toko Obat SSS dengan Aturan Asosiasi <i>Data mining</i> ”	Sekolah Tinggi Teknik Musi	<p>Wendy Wijaya: membahas tentang hubungan kedekatan antar obat-obatan yang lebih dominan dibeli dengan posisi tempat yang berdekatan untuk meminimalisasikan jarak yang dilalui pelanggan dengan menerapkan aturan asosiasi <i>data mining</i>.</p> <p>Pada Penelitian ini: membahas mengenai kedekatan produk yang dominan dibeli oleh konsumen dan produk sejenis untuk memperoleh efisien jarak sehingga dapat meningkatkan penghasilan pada toko. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penelitian ini hanya memposisikan produk-produk yang dominan dibeli secara berdekatan, tetapi pada penelitian ini selain mendekatkan produk yang dominan dibeli dan mendekatkan</p>

Lanjutan Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
			produk-produk yang sejenis yang dapat membantu konsumen agar tidak kesulitan untuk membeli produk yang sejenis.
3.	Fusna Failasufa (2014) “Penerapan <i>Data mining</i> untuk Analisis Pola Pembelian Konsumen dengan Algoritma <i>Apriori</i> pada Data Transaksi Penjualan”	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Fusna Failasufa: membahas tentang data transaksi yang menumpuk dan akan di buat lebih bermanfaat dengan diolah menggunakan <i>data mining</i> algoritma <i>apriori</i> . Pada Penelitian ini: membahas mengenai kedekatan produk yang dominan dibeli oleh konsumen dan produk sejenis untuk memperoleh efisien jarak sehingga dapat meningkatkan Penghasilan pada toko. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penelitian ini hanya menggunakan data-data transaksi konsumen tanpa adanya pengaturan ulang terhadap tata letak pada tempat yang diteliti.

Lanjutan Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
4.	Olivia (2015) “Perancangan Sistem Informasi <i>Data mining</i> dengan Algoritma <i>Apriori</i> Untuk Penentuan <i>Layout</i> Produk Pada PT. Metro Makmur Nusantara”	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer, STMIK TIME Medan	<p>Olivia: membahas tentang <i>data mining</i> yang dapat membantu mengetahui barang yang sering dibeli bersamaan dalam transaksi penjualan agar dapat dilakukan pengaturan ulang <i>layout</i> produk sehingga dapat meningkatkan efisien waktu dari konsumen dalam mencari barang disupermarket.</p> <p>Pada Penelitian ini: membahas mengenai kedekatan produk yang dominan dibeli oleh konsumen dan produk sejenis untuk memperoleh efisien jarak sehingga dapat meningkatkan penghasilan pada toko.</p> <p>Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penelitian ini hanya mendekati produk yang sering dibeli oleh konsumen di supermarket PT. Metro Makmur Nusantara dan tidak mendekati produk yang dominan dibeli juga mendekati produk-produk yang sejenis yang dapat membantu konsumen agar tidak</p>

Lanjutan Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul	Asal PT	Perbedaan
			kesulitan untuk membeli produk yang sejenis dan dapat mengefisiensikan waktu yang dikeluarkan konsumen.