

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1. 1. Latar Belakang

Berbelanja adalah kegiatan membeli barang atau jasa di sebuah toko atau ritel yang lumrah dan sering dilakukan oleh setiap orang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam melakukan kegiatan ini biasanya terjadi kegiatan menjual dan membeli.

Ritel didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Ritel merupakan mata rantai terakhir dalam proses distribusi, sehingga melalui ritel produk dapat bertemu dengan penggunaannya (Soliha, 2008). Ritel dibagi menjadi dua kategori yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Ritel tradisional memiliki ciri-ciri kepemilikan bersifat perseorangan, alat pembayaran menggunakan alat manual seperti kalkulator dengan cara pembayaran tunai, tidak melakukan promosi, pengelolaan keuangan belum tercatat dan tidak dipublikasikan, jumlah tenaga kerja sedikit dan waktu operasional *fleksibel*. Sedangkan, ritel modern memiliki ciri-ciri kepemilikan bersifat *corporate*, alat pembayaran menggunakan alat modern seperti komputer dengan cara pembayaran kartu kredit dan *autodebet*, melakukan kegiatan promosi, pengelolaan keuangan tercatat dan dipublikasikan, memiliki tenaga kerja yang banyak dan waktu operasional tidak *fleksibel* (Utomo, 2010).

Ritel grosir adalah industri yang menjual produk atau jasa kepada konsumen secara partai besar, untuk kemudian di perdagangkan. Ritel grosir dibagi menjadi dua, yaitu ritel grosir tradisional dan ritel grosir modern. Ritel grosir modern merupakan ritel grosir yang pelayanannya bersifat *self service* dan tidak terjadi kegiatan tawar menawar. Sedangkan ritel grosir tradisional merupakan ritel grosir yang didalam proses kegiatan jual beli melalui tawar menawar (Soliha, 2008).

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan kegiatan individu yang terlibat dalam pemilihan, evaluasi, perolehan, penggunaan, dan mendapatkan barang dan jasa. Setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda yang dapat dipengaruhi oleh faktor produk, faktor harga, faktor tempat, faktor promosi dan faktor pribadi (Sari, 2013). Faktor tempat

Penelitian dilakukan di sebuah ritel grosir yang bernama Toko Linafan yang berada di Kota Bantul. Toko Linafan merupakan toko grosir yang memiliki konsumen pribadi dan konsumen pengecer. Harga yang diberikan oleh Toko Linafan dibedakan berdasarkan jenis konsumennya. Barang dagang yang dijual oleh Toko Linafan berupa barang dagang kebutuhan pokok sehari-hari. Berdasarkan hasil pengamatan yang didapatkan yaitu beberapa barang dagang yang berada di rak display tidak terkelompokkan berdasarkan kategori barang dagangnya. Sebagai contoh adalah minuman instan, peletakan produk minuman susu bubuk dan teh berada di rak dan ruangan yang berbeda dengan minuman instan lainnya. Hal ini akan mengakibatkan konsumen mengalami kesulitan dalam mencari barang dagang yang akan dibelinya.

Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 30 Agustus 2017 kepada pemilik toko Linafan. Hasil informasi yang didapatkan dari pemilik toko bahwa pemilik dan karyawan toko sering mendapatkan keluhan dan membantu konsumen mencari barang dagang yang dibutuhkan. Hal ini terjadi karena pemilik dan karyawan toko tidak melakukan pengkategorian produk yang di *display*. Pemilik dan karyawan hanya menjaga kerapian toko dengan melakukan penataan dan menjaga kebersihan lingkungan toko. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan pemilik mengenai perancangan penempatan barang dagang. Transkrip wawancara dengan pemilik toko dapat dilihat pada tabel 4.1.

Setelah didapatkan hasil wawancara, peneliti juga melakukan kuisisioner kepada konsumen Toko Linafan. Kuisisioner dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai tanggapan penempatan barang dagang yang dilakukan oleh pemilik Toko Linafan. Hasil kuisisioner yang didapatkan dari konsumen Toko Linafan, bahwa konsumen pribadi khususnya yang baru pertama atau baru beberapa kali berbelanja di Toko Linafan mengalami kesulitan ketika mencari produk yang akan dibelinya. Rekap hasil kuisisioner kepada konsumen Toko Linafan dapat dilihat pada sub bab 4.4.2.

Penempatan barang dagang yang tidak terkelompokkan berdasarkan kategori barang dagangnya akan mengakibatkan konsumen mengalami kesulitan dalam mencari barang dagang yang dibutuhkan. Penempatan barang dagang yang sesuai kategori barang dagang dengan menggunakan analisis data penjualan akan memudahkan konsumen dalam mencari barang dagang yang dibutuhkan dan akan meningkatkan pendapatan Toko Linafan

## **1. 2. Rumusan Masalah**

Penempatan barang dagang yang mengakibatkan konsumen mengalami kesulitan dalam mencari barang dagang yang dibutuhkan.

## **1. 3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan perbaikan penempatan barang dagang agar mempermudah konsumen dalam menemukannya barang dagang yang dibutuhkan.

## **1. 4. Batasan Masalah**

Batasan masalah bertujuan untuk menjaga alur pembahasan penelitian agar tetap fokus dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Data yang digunakan merupakan data barang dagang dan data transaksi penjualan yang ada di Toko Linafan pada bulan Juli 2017 hingga September 2017.
- b. Perancangan yang dilakukan berfokus pada perancangan *block plan* menggunakan metode manajemen kategori barang dagang dan perhitungan data penjualan.
- c. Perancangan *block plan* yang dilakukan tanpa mengurangi, menambahkan, memindahkan dan merubah dari fasilitas dan bentuk ruang Toko Linafan.
- d. Perhitungan data penjualan yang dilakukan untuk mendapatkan jumlah barang dagang yang terjual, *margin* laba kotor dan total pendapatan dari setiap kategori barang dagang.