

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jumlah penjualan laptop mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Perkasa dan Santhika (2018) menyatakan bahwa laptop masih mendominasi di tahun 2017 dengan *market share* berkisar 70 hingga 75% setiap kuartal. Dengan adanya kenaikan penjualan laptop, dapat dinilai bahwa peningkatan tersebut sebagai tanda pasar yang mulai stabil. Banyak pelaku usaha melihat bahwa membuka toko komputer merupakan suatu peluang untuk menyediakan segala kebutuhan yang berkaitan dengan teknologi informasi.

CV X merupakan sebuah retailer yang menjual produk utama berupa laptop dan aksesoris lainnya. Viswanathan (2015) menyatakan bahwa produk laptop memiliki siklus hidup produk yang sangat singkat dengan umur rata-rata 3 sampai 4 tahun. Siklus hidup produk yang singkat menyebabkan CV X memiliki produk model lama dan tidak laku di pasaran. Produk model lama ini muncul karena adanya perilsan produk baru secara terus-menerus dalam jangka waktu yang pendek. Seperti halnya pada produk ASUS yang baru merilis laptop vivobook A407 pada bulan April 2018 (Alfarizi, 2018). Pada bulan Agustus 2018 ASUS kembali merilis laptop gaming yaitu ROG Strix GL504 SCAR II dan GL504 HERO II (Wisesa, 2018). Dengan jangka waktu yang pendek dalam merilis produk, menyebabkan produk lama menjadi tidak diminati oleh konsumen. Barang-barang yang tidak laku tersebut, menyebabkan perputaran uang pada retail menjadi terhenti. Oleh sebab itu, maka retail harus mampu dalam memperkirakan barang yang dapat laku terjual. Selain dari segi produk, harga juga memiliki peranan yang penting. Apabila CV X menjual produk yang lebih mahal daripada kompetitor, maka konsumen akan berpindah ke toko yang lain. Hal ini dikarenakan CV X belum pernah melakukan pemantauan terhadap kompetitor dan belum mengetahui kompetitor CV X yang sesungguhnya.

Dalam membuka suatu usaha, tentu terdapat kompetitor yang menjual barang yang serupa. Oleh karena itu, setiap toko harus mampu dalam menyesuaikan diri dengan membentuk strategi pemasaran. Salah satu cara yang digunakan untuk dapat menyesuaikan dengan kompetitor yaitu *market intelligence*. *Market*

intelligence menunjukkan serangkaian aktivitas perusahaan dengan pandangan pasar sesuai dengan kondisi saat ini. Sumber informasi untuk memahami kondisi pasar saat ini adalah apa yang sedang dilakukan oleh kompetitor dan konsumen serta potensi pasar untuk produk dan layanan baru.

Dengan perkembangan teknologi informasi, toko-toko mulai memasarkan produk melalui website dan dapat diakses oleh semua orang. Penjualan berbasis *online* dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai harga dan produk yang dijual tanpa harus langsung ke toko. Dalam melakukan *market intelligence* terkait dengan pemantauan harga dan jenis spesifikasi produk, dapat dilakukan dengan pemantauan melalui website. Informasi terkait dengan harga dan produk melalui *website* sangat bervariasi, sehingga *data mining* dapat digunakan untuk mengekstrak data terkait dengan harga dan produk.

Data mining merupakan proses untuk menambang nilai tambah dari kumpulan data yang ada dan belum diketahui secara manual (Pramudiono, 2003). *Data mining* dapat dijadikan sebagai pendukung dalam melakukan penambangan dan analisis data. Teknik *data mining* seringkali digunakan untuk mengambil keputusan yang berfokus pada pelanggan. Dengan demikian *data mining* dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan terkait dengan kelengkapan pada toko yang ditinjau dari jenis spesifikasi, ukuran, desain, harga dan jumlah data transaksi.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terdapat pada CV X yaitu tidak mengetahui dan tidak melakukan pemantauan kompetitor sehingga tidak mengetahui posisi CV X yang sesungguhnya.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat tujuan penelitian yaitu:

- a. Mengklasifikasikan toko berdasarkan kelengkapan jenis spesifikasi, merk, ukuran, desain, harga dan data transaksi
- b. Mengetahui posisi CV X berdasarkan klasifikasi dari segi kelengkapan toko

1.4. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan-batasan masalah sebagai berikut:

- a. Mengambil data melalui website Tokopedia dan memilih toko yang berada di Pulau Jawa
- b. Mengambil data dari website pada bulan Maret hingga April 2019
- c. Kajian objek yang ditinjau adalah *specialty store* komputer.

