

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan masalah.

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki kebutuhan yang menunjang keberlangsungan kehidupan. Kebutuhan manusia dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan manusia yang diperlukan dapat berupa kebutuhan harian, kebutuhan mingguan, maupun kebutuhan bulanan. Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dalam memenuhi kebutuhannya masyarakat bisa membeli di berbagai tempat, salah satunya adalah minimarket. Minimarket merupakan jenis *retail* modern yang menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Retail marketing atau *retailing* merupakan kegiatan yang melibatkan perusahaan-perusahaan yang kegiatan utamanya membeli barang dari perusahaan lain kemudian menjualnya kembali kepada konsumen (Preuss, 2013) . Sedangkan menurut Berman & Evans (2010), *retailing* meliputi kegiatan usaha yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah tangga. *Retail* menyediakan berbagai macam variasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen maupun keinginan konsumen. Produk yang disediakan memiliki banyak merek dan jenis. Dalam menyediakan barang yang dijual di *retail*, pemilik *retail* harus dapat mengetahui produk dengan merek dan jenis apa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemilik *retail* tidak bisa sembarangan dalam menyediakan produk dengan merek dan jumlah tertentu. Hal tersebut dikarenakan untuk menghindari terjadinya produk tidak laku atau lama laku, yang nantinya dapat menyebabkan kerugian.

Mizamart merupakan salah satu minimarket yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang beralamat di Jalan Selokan Mataram 439 Cepit Baru RT 10/RW 38, Soropadan, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283. Pada awalnya Mizamart merupakan warung yang hanya menjual rokok dan alat-alat kelistrikan saja, dan sudah ada sejak pertengahan tahun 2016. Setelah itu, pada pertengahan tahun 2018 mulai menggunakan sistem informasi berbasis

SQL (*Structured Query Language*) dalam pencatatan transaksi. Selain itu barang dagangan yang disediakan mulai bertambah, selain rokok dan alat-alat kelistrikan. Pada awal bulan Februari 2019 pemilik melakukan ekspansi dan berganti menjadi minimarket dengan nama Mizamart. Pemilik dari Mizamart adalah Pak Briva, dan dalam mengelolanya dibantu oleh istri dan adik iparnya serta 2 orang pegawainya. Minimarket ini menyediakan berbagai macam produk dengan merek dan jenis yang bervariasi.

Minimarket ini diresmikan mulai bulan Februari 2019 sehingga dalam menyediakan produk dan jumlahnya masih berdasarkan perkiraan saja, karena belum mengetahui dengan pasti kebutuhan calon konsumennya. Maka dari itu terkadang ada beberapa produk yang membutuhkan waktu lama agar terjual atau bahkan ada produk yang tidak laku sama sekali. Hal tersebut membuat pemilik harus memikirkan dengan sungguh-sungguh terkait dengan produk dengan merek dan jenis apa yang akan disediakan di Mizamart beserta jumlahnya guna meminimalkan produk tidak laku atau kerugian. Apabila terdapat produk yang lama laku atau tidak laku maka akan membuat perputaran modalnya akan terganggu, sehingga mempengaruhi kegiatan memasok barang baru atau stok barang kosong. Selain itu terdapat juga beberapa konsumen yang tidak jadi membeli di Minimarket Mizamart dikarenakan produk yang dicari tidak tersedia. Oleh karena itu, pada sebuah *retail* perencanaan produk atau yang lebih dikenal dengan *assortment planning* merupakan hal yang penting.

Assortment planning atau perencanaan jenis barang adalah masalah operasional utama di banyak industri seperti, *retail*, maskapai penerbangan, dan konsumen barang elektronik. Penentuan produk apa yang akan disediakan pada sebuah *retail* merupakan salah satu hal yang penting, karena berkaitan dengan keuntungan yang ingin dicapai dan persediaan barang. Menurut Bahng & Kincade (2014) pemilik *retail* kecil biasanya memikirkan faktor pemilihan barang dengan lebih hati-hati dibandingkan dengan pembeli *retail* yang bergerak di *retail* besar atau kelas menengah, karena *retailer* di perusahaan yang lebih besar mungkin dibayar lebih teratur terlepas dari perencanaan jenis barang. Tujuan dari perencanaan jenis barang adalah untuk mengkhhususkan pilihan yang bisa memaksimalkan penjualan atau margin kotor yang bergantung pada berbagai kendala, seperti anggaran terbatas untuk membeli produk, ruang rak terbatas untuk menampilkan produk-produk, dan variasi dari berbagai macam kendala seperti keinginan untuk memiliki setidaknya dua vendor untuk setiap jenis

barang. Menurut Rajaram (2001) demi memenangkan kompetisi dan memperoleh keuntungan lebih banyak lagi, dalam perencanaan jenis barang maka proses yang dijalankan oleh *retailer* untuk menentukan variasi (contoh: jumlah kategori produk yang berbeda) dan kuantitas (contoh: jumlah inventaris barang dagangan dalam kategori produk) di toko *retail* mereka.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menentukan *assortment* yang akan disediakan di Minimarket Mizamart?

1.3. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menentukan *assortment* di Minimarket Mizamart.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk membatasi masalah supaya ruang lingkup pembahasan menjadi lebih jelas, serta membantu mengarahkan penelitian agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Data penjualan yang digunakan adalah data penjualan harian.
- b. Data penjualan yang digunakan dimulai dari Februari 2019 sampai dengan Agustus 2019.
- c. Data keluar masuk barang yang digunakan dimulai dari bulan Februari 2019 sampai dengan Agustus 2019.