

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia memiliki beberapa kebutuhan antara lain kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer antara lain pangan, sandang, dan papan. Untuk memenuhi kebutuhan pangan, misalnya, sembako dan juga kebutuhan lainnya konsumen dapat memperolehnya melalui ritel. Berman dan Evans (2018) menyebutkan ritel adalah tahap terakhir dalam saluran distribusi berupa kegiatan bisnis yang menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangga.

Dalam menjalankan usaha ritel, pemilik harus mengelolanya dengan baik. Salah satu caranya dengan memperhatikan produk apa saja yang akan dijual. Ketika pembeli datang pasti berharap produk yang diinginkan tersedia. Oleh karena itu pemilik seharusnya memikirkan produk yang tersedia merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, karena hal ini berdampak pada kecepatan barang terjual. Produk yang lama terjual akan membuat modal pemilik tidak berputar, akibatnya pemilik bisa saja mengalami kehabisan modal ataupun kerugian karena adanya barang yang kadaluarsa. Dengan demikian, penting bagi pemilik untuk mempertimbangkan produk apa saja yang perlu dipertahankan untuk berada di toko.

Ritel X merupakan *minimarket modern* yang menyediakan berbagai macam produk. Lokasi *minimarket* ini berada di salah satu Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kabupaten Sleman. Oleh karena itu, target market dari Ritel X berbeda dengan *minimarket* lainnya. Target market dari Ritel X adalah pengunjung yang datang ke SPBU, maupun orang yang sedang melewati daerah tersebut.

Proses transaksi di Ritel X sudah menggunakan *point of sale* (POS). Data transaksi akan disimpan dalam *database* program kasir. Melalui program ini akan tersimpan berbagai data mengenai *stock*, harga, produk terjual, dan lainnya. Selama ini, Ritel X belum pernah melakukan analisis data untuk pengambilan keputusan dalam menentukan pembelian produk-produk yang akan dijual di periode berikutnya.

Dalam mengelola *minimarket*, pihak Ritel X belum memperhatikan secara detail variasi produk apa saja yang perlu ada di dalam toko. Penentuan produk apa saja

yang akan dipesan kembali hanya berdasarkan perkiraan dan penawaran dari *sales* yang datang. Hal ini menyebabkan adanya produk-produk yang tidak laku bahkan kadaluarsa. Keripik pisang, Piattos, dan Sugus *Blackcurrant* merupakan contoh produk yang tidak laku sehingga perlu dilakukan proses pereturan. Penentuan produk yang akan dijual sangat penting untuk dilakukan Ritel X, mengingat target pasarnya tidak begitu luas. Ritel X harus memikirkan produk-produk yang dibutuhkan oleh pengunjung-pengunjung yang singgah datang ke pom bensin.

Adanya produk kadaluarsa membuat kerugian bagi Ritel X. Produk kadaluarsa merupakan barang yang seharusnya terjual dan mendatangkan keuntungan. Proses pereturan produk kepada *sales* pun juga tidak mudah dan membutuhkan waktu yang lama. Hal ini membuat perputaran modal yang dapat dimaksimalkan menjadi lebih lama. Selain itu, beberapa produk yang dicari *customer* juga tidak tersedia di Ritel X sehingga *customer* harus pergi ke tempat lain.

Mantrala dkk (2009) menyebutkan salah satu keputusan strategis paling dasar yang harus dibuat *retailer* yaitu menentukan variasi produk (*assortment*) yang akan ditawarkan. *Product assortment* menjadi penting karena akan berdampak pada keuntungan yang didapatkan oleh pemilik toko. Dalam permasalahan yang terjadi di Ritel X perlu dilakukan perencanaan *product assortment*. Dengan menentukan produk-produk mana saja yang cepat laku, pemilik toko akan lebih cepat dalam memperoleh keuntungan. Pemilik dapat memfokuskan untuk menyediakan produk yang memang diminati oleh pelanggan. Modal yang digunakan akan lebih cepat kembali karena produk-produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki kecepatan terjual yang tinggi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang Ritel X, rumusan masalah pada penelitian ini adalah dalam menentukan produk yang dipertahankan dan diskontinu hanya menggunakan perkiraan sehingga terjadi adanya produk yang kadaluarsa dan mengalami kerugian. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis dalam menentukan produk yang dipertahankan dan diskontinu di Ritel X agar dapat menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan produk apa saja yang sebaiknya dijual dan diskontinu pada periode berikutnya kepada Ritel X. Usulan produk tersebut didapatkan dari hasil analisis data penjualan dan data keluar masuk produk Ritel X.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk penelitian agar dapat mencapai tujuan. Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Data yang digunakan merupakan data penjualan berisi jumlah terjualnya setiap produk per bulan dan data keluar masuk berisi jumlah sisa produk per bulan Ritel X.
- b. Data yang akan dianalisis merupakan data selama bulan Januari 2020 – September 2020.
- c. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*.
- d. Tidak mengubah dan menambah kategori produk.
- e. Semua produk akan dianalisis tanpa membedakan produk *direct purchase* dan konsinyasi.
- f. Klasifikasi FNS tidak mempertimbangkan harga.