

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ritel merupakan pasar swalayan tingkat kecil (Setiawan, 2012). Konsep ritel ialah suatu aktivitas bisnis untuk memberikan nilai tambah pada suatu produk atau layanan, yang kemudian dijual kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi pribadi ataupun keluarga (Levy dan Weitz, 2001). Ritel merupakan salah satu usaha waralaba yang memiliki potensi atau prospek yang baik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinas terkait telah melakukan pencatatan yang menunjukkan bahwa persebaran usaha waralaba ini telah melebihi kuota yang ditetapkan Pemerintah Yogyakarta melalui Peraturan Walikota Kota Yogyakarta nomor 79 tahun 2010 tentang pembatasan usaha waralaba di kota Yogyakarta. Melihat dari keterangan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha ritel dapat memberikan penghidupan yang layak bagi masyarakat DIY (FORPI 2018). Ritel merupakan usaha penjualan produk yang dapat diperluas menjadi beberapa kegiatan yaitu, menentukan barang yang akan dijual, membeli barang dari *supplier*, mendapatkan informasi, pemberi informasi (sebagai distribusi *channel*), melakukan sistem operasi (pengaturan *display*, pengemasan produk menjadi menarik, menjaga ketersediaan produk, merawat produk agar tetap terjaga, menerapkan manajemen kategori dan *merchandise planning*), sehingga dapat dipasarkan kepada *end-customer* (Levy dan Weitz, 2007).

Usaha toko memiliki 2 jenis bisnis, yaitu Toko Eceran/Ritel dan Toko Grosir, perbedaan terdapat dari cara memasarkan produknya, jumlah dan teknis pengadaan barang, proses penjualan, target konsumen dan cara pendistribusian produk. Toko X merupakan usaha ritel rintisan yang bergerak di bidang grosir hasil dari peralihan usaha ritel sebelumnya yang bergerak di bidang eceran yaitu toko X. Toko ini dimiliki oleh Bapak Jerry Allen Anderson yang terletak di jalan Kabupaten, Sleman, DIY Yogyakarta. Pemilik toko terjun ke dalam usaha ritel bertujuan untuk mengaplikasikan pencatatan/pembukuan yang *optimal* dan rapi pada usahanya. Toko ini mengalami permasalahan ritel dalam tata cara pengelolaan ritel. Pengalaman dan wawasan yang belum cukup dalam menjalankan usahanya, membuat pemilik toko belum dapat mencapai keuntungan pendapatan sesuai target, pada saat toko bergerak di bidang

eceran. Penyebabnya ialah kurangnya konsumen yang berbelanja pada toko eceran X, di sisi lain toko ini memberikan *margin profit* yang kecil terhadap tiap produk pada periode 3 bulan awal rintisan. Pemberian *margin profit* yang kecil, awalnya merupakan strategi promosi toko ini untuk menggaet konsumen dan mencari tahu kondisi pasar. Strategi yang diterapkan oleh toko, membuat toko belum mendapatkan nilai keuntungan yang ideal, dikarenakan total nilai keuntungan penjualan tiap bulannya masih berada dibawah angka persentase 20%. Perolehan nilai keuntungan pada bulan April, Mei dan Juni 2018 yaitu sebesar 2,56%, 6,12%, dan 11%, perolehan nilai *margin profit* tersebut berdasarkan hasil perbandingan dengan total pengeluaran pembelanjaan produk tiap bulannya. Pengeluaran biaya untuk pembelanjaan produk tiap bulannya yang dilakukan toko eceran X, melebihi nilai total penjualan per bulannya. Temuan ini mengasumsikan bahwa toko eceran X melakukan penumpukan barang di gudang untuk memperbanyak stok dan *variant* produk. Total perolehan nilai keuntungan tiap bulannya pada toko eceran X berada di bawah angka standar pemberian nilai keuntungan pada usaha ritel pada umumnya, yaitu kisaran 20 – 30% (Martina, 2019). Keuntungan yang kecil tersebut mengakibatkan banyaknya fasilitas yang harus diberhentikan/ dilakukan pelepasan alat – alat penunjang, seperti AC, Televisi, CCTV, dan *Wifi* untuk umum.

Toko eceran X melihat bahwa usahanya yang tidak lagi sesuai dengan tujuan awal, membuat pelaku usaha memilih untuk mengganti proses bisnis tokonya yang semula bergerak di bidang eceran menjadi grosir. Pemilik usaha mulai menjalankan proses bisnis barunya di bidang grosir pada periode bulan Juli sampai dengan Agustus 2019, dikarenakan perlunya menghabiskan beberapa produk eceran terlebih dahulu dan menjual beberapa perabot seperti meja, rak barang, AC, televisi dan alat penunjang lainnya yang tidak diperlukan, untuk mendapatkan dana tambahan. Dilihat dari sedikitnya konsumen yang berkunjung dan berbelanja pada saat toko berjualan eceran, membuat pemilik toko mengambil keputusan untuk menjalankan proses bisnis barunya, yaitu di bidang grosir. Pemilik toko dalam menjalankan proses bisnis barunya di bidang grosir, belum bisa mengetahui produk yang layak untuk dijual ke dalam penjualan toko grosir X dan belum melakukan analisis terkait pertimbangan terhadap produk – produk yang berpotensi ikut ke dalam penjualan di toko grosir X, pada saat peralihan dari toko eceran X menuju toko gorsir X. Pemiliki toko mengganti target

konsumennya, yaitu mereka yang berbelanja di toko ini dan menjual kembali barang belanjaan mereka pada toko mereka ataupun sebagai *supplier* untuk beberapa toko – toko. Toko grosir X melakukan pembelian produk dalam jumlah besar untuk dijual kembali hanya berdasar pada spekulasi pemilik dan beberapa informasi tambahan(rekomendasi) dari “*sales*”.

Usaha ritel di masa yang akan datang, perlulah pemanfaatan teknologi informasi dan *tools* sebagai modal untuk mengembangkan usaha, yaitu salah satunya dengan mengolah data-data keluaran dari media digital(data transaksi penjualan) guna memunculkan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan dalam strategi pengembangan usaha ritel (Grewal dkk, 2017). Bermodal sistem informasi yang memadai dan telah berbentuk digital, toko ini belum mampu menganalisis dan mengidentifikasi produk – produk yang layak ikut ke dalam penjualan toko grosir X berdasarkan data transaksi saat peralihan dari toko eceran X menuju toko grosir X. Data – data keluaran sistem informasi pada toko ini mengalami penumpukan, padahal jika diolah dengan baik dan benar bisa memunculkan informasi yang bermanfaat untuk membantu toko dalam memunculkan strategi pemecahan permasalahan ritel yang berguna untuk menentukan produk – produk yang layak ikut ke dalam penjualan toko grosir X dan memberikan keuntungan. Informasi – informasi seperti yang tetera di atas didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, sehingga tahap pertama akan dilakukan pengolahan data – data transaksi dengan tahap *preproccesing* untuk melakukan penyesuaian terhadap data tranksaksi original sehingga data transaksi hasil kluaran software pencatatan digital dapat diolah dan memunculkan informasi yang bermanfaat, dilanjutkan dengan metode klasifikasi ABC dan analisis Data Transaksi. Ketiga metode - metode tersebut membantu dalam penentuan strategi pemecahan permasalahan ritel terkait penentuan produk yang layak ikut ke dalam penjualan pada toko grosir X. Strategi utama yang akan diberikan yaitu usulan produk yang layak ikut ke dalam penjualan pada toko grosir X dengan penerapan konsep *Product Assortment*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara mengidentifikasi produk – produk yang layak ikut ke dalam penjualan di toko grosir X, berdasarkan data transaksi peralihan dari toko eceran X menuju toko grosir X.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui karakteristik tiap produk pada masa peralihan toko eceran menuju toko grosir yang berpotensi dimunculkan sebagai usulan dalam penjualan.
- b. Memberikan usulan produk yang berpotensi untuk masuk ke dalam penjualan pada toko grosir X, berdasarkan hasil analisis data transaksi ketika peralihan toko eceran X menuju toko grosir X.

1.4. Batasan Masalah

Dalam menjaga fokus alur penelitian maka perlulah ditetapkan beberapa batasan masalah, adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan 2 Data Transaksi yaitu, data transaksi penjualan pada toko eceran X periode 3 bulan awal yaitu April, Mei dan Juni Tahun 2018. Data kedua merupakan data transaksi penjualan pada toko Grosir X periode 2 bulan awal yaitu, Juli dan Agustus Tahun 2019.
- b. Produk – produk yang diusulkan terdapat 2 jenis, yaitu produk yang berpotensi untuk dijual secara eceran dan produk yang berpotensi dijual secara grosir ke dalam penjualan pada toko grosir X.
- c. Penelitian ini berdasarkan analisis pada saat peralihan toko eceran X menuju toko grosir X, yang tidak dapat digunakan secara umum, dikarenakan tiap ritel memiliki karakteristik yang berbeda - beda.