

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ritel merupakan salah satu bidang usaha yang ada di Indonesia yang melakukan kegiatan bisnis secara langsung ke konsumen. Ritel juga memiliki fungsi penting dalam rantai pasok yaitu sebagai penghubung dari sebuah pemasok ke konsumen. Secara umum ritel merupakan kegiatan bisnis yang berupaya untuk menjual atau memasarkan produk atau jasa mereka langsung kepada konsumen atau organisasi yang berada di rantai pasok akhir yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen atau organisasi tersebut (Berman dan Evans, 2013).

Suatu ritel mempunyai beragam produk yang dijual sesuai dengan target pasar ritel tersebut, ragam produk ini sering juga disebut sebagai *product assortment* (Ray, 2012). Ritel dalam menanggapi persaingan yang semakin ketat, tentu saja berupaya untuk menarik minat dan keputusan konsumen dengan berbagai cara salah satunya ialah *product assortment* (Foster, 2015). Ritel dapat menentukan *product assortment* yang tepat apabila ritel tersebut mengetahui perilaku dari konsumennya.

Terdapat beberapa cara dalam mengetahui perilaku dari seorang konsumen antara lain dengan menggunakan survey, observasi *trend*. Dari perilaku tersebut dapat diketahui produk-produk apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen dan dapat dilakukan penentuan jenis dan jumlah produk yang akan dijual. Ritel yang telah menentukan *product assortment* nya dapat mengalami disrupsi diakibatkan karena keadaan tertentu, baik berupa pandemi maupun bencana lainnya. (Farkas-Timonina dkk, 2020). Penggunaan survey baik dalam bentuk kuesioner atau cara lain dapat membantu ritel dalam menentukan perilaku konsumen sehingga dapat beradaptasi dalam keadaan tersebut.

Toko Ranatha merupakan sebuah toko ritel yang berlokasi di Jl. Hos. Cokroaminoto Kota Padang, yang menjual produk-produk sekunder berupa tas, baju, celana, sepatu, sandal, koper, mantel hujan, tenda, peralatan, perlengkapan, serta aksesoris untuk kegiatan *outdoor* dan lainnya. Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen, toko Ranatha memiliki kurang lebih 74 jenis produk untuk dijual dan memiliki kerja sama dengan agen

pemasok untuk mendapatkan kualitas serta harga yang lebih murah. Toko Ranatha juga menjual produk atau barang yang memiliki kualitas dan harga yang berbeda-beda, sehingga dapat memberikan banyak pilihan bagi konsumen dalam memilih produk sesuai dengan mutu yang diinginkan dan anggaran yang dimiliki.

Pada kondisi pandemi yang saat ini sedang menghadapi virus bernama *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), pemerintahan Indonesia menerapkan beberapa peraturan seperti melarang kegiatan atau perkumpulan warga dengan tujuan mencegah penularan virus ini. Kebijakan dan wabah ini tentu memiliki dampak yang buruk bagi industri ritel yaitu salah satunya toko Ranatha ini. Menurut hasil wawancara terhadap pemilik dan manajer dari toko ini, masalah yang ditimbulkan akibat wabah COVID-19 pada toko ini yaitu penurunan penjualan sebanyak kurang lebih 50%.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu toko menganalisis penjualan berdasarkan data transaksi penjualan dari *point of sales* (POS) dan survei. Selanjutnya hasil analisis data transaksi penjualan tersebut dapat digunakan untuk memberikan usulan produk *assortment* toko Ranatha serta usulan strategi pemasarannya. sehingga dapat bertahan dalam kondisi ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka permasalahan yang muncul di toko Ranatha adalah penurunan penjualan khususnya pada masa pandemi COVID-19. Oleh karena itu penelitian pada tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis data penjualan dan memberikan usulan product assortment dan strategi pemasarannya.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan pada sub bab 1.2, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis dampak pandemi COVID-19 terhadap perubahan prioritas produk yang memberikan kontribusi penjualan terbesar.
- b. Memberikan usulan produk *assortment* sehingga toko dapat memprioritaskan produk untuk di jual di masa pandemi ini.
- c. Melakukan analisis strategi penjualan yang cocok untuk membantu meningkatkan penjualan.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam kasus ini adalah sebagai berikut:

- a. Data yang digunakan berupa data penjualan periode 2019 sampai 2020 bulan Januari sampai dengan Agustus dan data stok produk terbaru.
- b. Data penjualan yang digunakan hanya berupa penjualan langsung ke konsumen melalui toko secara offline, yang diakibatkan oleh data penjualan secara online yang tidak signifikan.
- c. Tambahan data yang diambil menggunakan survei secara *online* dengan menggunakan alat *google form* dan diolah dengan analisis statistik.

