

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ritel merupakan mata rantai yang penting dan terakhir dalam proses distribusi barang. Pada jaman sekarang khususnya masyarakat perkotaan, pasti terbiasa dengan keberadaan ritel baik dalam skala besar maupun kecil. Perkembangan ritel tersebut akan semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup dan pola pikir masyarakat untuk berbelanja. Saat ini perubahan pola berbelanja yang terjadi pada masyarakat tersebut tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja, namun juga sekedar jalan-jalan, rekreasi dan mencari hiburan. Menurut Kumar (2013) pada awalnya tujuan dari orang berbelanja berdasarkan kebutuhan saja, dengan munculnya perubahan sosial masyarakat mengakibatkan adanya keterkaitan terhadap banyak produk yang sebenarnya tidak diperlukan.

Perubahan sosial yang terjadi tersebut mendorong pada perkembangan ritel yang semakin kreatif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini berlaku untuk semua ritel baik ritel modern maupun ritel tradisional (*bric mortar*). Kedua jenis ritel tersebut perlu menyusun strategi untuk dapat berkompetisi dalam perkembangan konsep ritel saat ini. Menurut PR Newswire Association LLC (2014) suatu ritel harus mampu bersaing untuk dapat bertahan di dunia perindustrian, salah satunya adalah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda. Sebagai contoh, seorang konsumen masuk ke suatu ritel untuk membeli celana, sementara konsumen yang lain mencari kemeja ataupun kebutuhan pribadi yang lain. Masing-masing individu memiliki kebutuhan, bahkan disaat yang bersamaan orang cenderung mempunyai kebutuhan yang berbeda. Permintaan konsumen sulit diprediksi karena bersifat dinamis atau dapat berubah-ubah. Dengan adanya kondisi tersebut banyak ritel mengalami masalah dalam *inventory*. Fitzsimons (2000) menunjukkan bahwa ritel telah mengalami permasalahan *stockouts* karena peramalan yang tidak akurat dan manajemen persediaan yang buruk. Bahkan ritel sendiri belum bisa memastikan bahwa produk tersedia untuk konsumen. Salah satu hal yang dapat membantu ritel yaitu melihat dari segi perilaku konsumen dengan mengetahui *purchase dependence*.

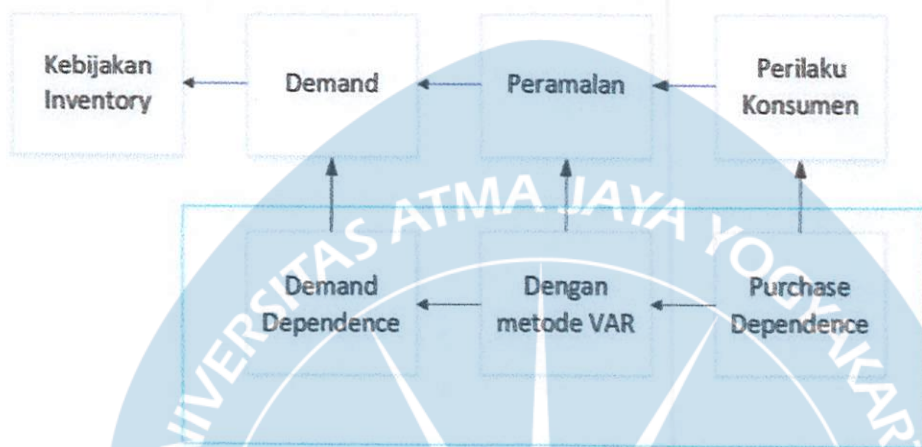
Park (2015) mendefinisikan *purchase dependence* adalah fenomena yang terjadi di suatu ritel dimana konsumen melakukan pembelian pada barang tertentu secara bersamaan dalam satu transaksi. Dalam penelitiannya Park (2015) menyimpulkan

bahwa, persediaan ritel yang tidak memperhatikan faktor *purchase dependence* menghasilkan biaya rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengelolaan persediaan yang memperhatikan faktor *purchase dependence*. Sehingga peneliti menyarankan untuk mempertimbangkan faktor tersebut dalam pengelolaan persediaan. Menurut Mai & Chen (2011) menyatakan bahwa penyediaan produk-produk pelengkap merupakan faktor pelayanan pelanggan yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Bala (2012) membahas situasi dimana produk A dan produk B adalah produk yang *dependence*. Terjadi situasi bahwa produk A tidak ada dalam *stock* tetapi produk B ada dalam *stock*. Meskipun produk B ada *stocknya*, beberapa konsumen yang datang untuk membeli produk A dan B, tidak akan membeli produk B karena produk A tidak ada dalam *stock*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat *purchase dependence* pada kedua produk tersebut. Dalam kasus tersebut, jika A dan B dilakukan pengelolaan secara *individual* tanpa adanya saling koordinasi, hal tersebut menimbulkan situasi dimana produk A tidak ada dalam *stock* tetapi B ada dalam *stock*. Fenomena tersebut perlu diperhatikan oleh ritel dan *purchase dependence* biasa terjadi pada *e-ritel* atau yang biasa kita kenal dengan sebutan *online shop*. Hal ini dikarenakan untuk melakukan pembelian di *online shop* terdapat beberapa pertimbangan. Salah satunya adalah biaya pengiriman yang harus dibayar oleh konsumen. Jika konsumen melakukan *purchase dependence*, maka biaya kirim yang akan dikenakan pada konsumen akan lebih sedikit dibandingkan dengan pembelian secara terpisah. Sebagai contoh apabila konsumen melakukan pembelian produk A dan produk B dalam satu ritel, maka konsumen tersebut akan membayar biaya pengiriman satu kali, sedangkan jika konsumen melakukan pembelian pada dua ritel yang berbeda maka konsumen akan membayar biaya kirim sebanyak dua kali.

Situasi *purchase dependence* hanya akan membahas perilaku konsumen tetapi dalam kasus tersebut akan menghasilkan fenomena baru yaitu *demand dependence*. *Demand dependence* adalah permintaan yang timbul karena adanya permintaan produk *dependence* tersebut. Hal yang penting diketahui oleh ritel adalah jika ritel mengetahui keterkaitan antara *demand dependence* terhadap kasus *purchase dependence* akan membantu ritel untuk menentukan kebijakan *inventory* pada ritel. Belum banyak ritel yang memahami hal tersebut.

Sebelum menentukan kebijakan *inventory*, ritel harus menganalisis *demand dependence* terhadap *purchase dependence*. Salah satu alat yang digunakan untuk menganalisis hal tersebut adalah dengan menggunakan model VAR. Metode ini akan menghasilkan peramalan produk *dependence* yang selanjutnya, dan keterkaitan antara *purchase dependence* terhadap *demandnya* yaitu antara *demand* pada periode t dengan *demand* pada periode sebelumnya. Pada gambar 1.1. kotak biru merupakan proses penelitian yang akan dilakukan penulis.



Gambar 1.1. Proses Latar Belakang Penelitian

Jika ritel dapat melakukan pengelolaan persediaan yang baik dengan melihat *purchase dependence* dan *demand dependence* dapat memberikan kepuasan konsumen karena pengelolaan persediaan akan lebih baik dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Mohamed & Borhan (2014) menyatakan bahwa pengalaman emosi pelanggan memiliki efek yang positif. Artinya bahwa apabila konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi maka akan memberikan peluang bagi ritel untuk dapat tetap bertahan dipersaingan dengan ritel yang lain.

Penelitian yang akan dilakukan penulis yang telah dijabarkan, akan dilakukan pada kondisi nyata pada salah satu ritel. Penulis akan melakukan survei mengenai *purchase dependence* yaitu produk yang *dependence* menurut konsumen. Selanjutnya penelitian akan dilakukan dengan melakukan pengambilan data pada ritel untuk melihat secara nyata kasus *purchase dependence* terhadap *demand dependence*. Penelitian akan dilakukan pada salah satu ritel yaitu Tutuloph. Tutuloph merupakan salah satu ritel yang penjualan bergerak pada bidang *offline* dan *online*. Produk yang dijual di Tutuloph merupakan produk *apparel*. Pengelolaan persediaan pada Tutuloph belum dikelola dengan tepat. Selama ini ritel tersebut menentukan *stock* barang hanya berdasarkan perkiraan saja. Ritel tersebut belum melihat faktor perilaku konsumen pada saat pembelian khususnya

purchase dependence. Padahal tidak jarang konsumen mengeluh karena tidak mendapatkan barang yang diinginkan yang diakibatkan karena persediaan barang yang sudah habis. Hal ini cukup merugikan ritel karena kesempatan untuk mendapatkan keuntungan menjadi berkurang. Data yang akan digunakan pada ritel tersebut adalah data pembelian produk yang dianggap *dependence* oleh konsumen. Maka penelitian yang akan dilakukan ini dapat membantu ritel tersebut dalam melihat faktor perilaku konsumen dalam *purchase dependence* dalam mempengaruhi kebijakan persediaan yang ada.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahannya adalah belum banyak ritel yang melakukan pengelolaan persediaan dengan memperhatikan faktor *purchase dependence* dan *demand dependence*. Maka dari itu diperlukan salah satu ilmu yang akan menjadi pertimbangan ritel dalam menentukan kebijakan *inventory* dengan melihat dari pendekatan perilaku konsumen dari aspek *purchase dependence* dan data *demand dependence*. Salah satunya dengan menentukan produk *purchase dependence* dan melakukan analisis *demand dependence* terhadap kasus *purchase dependence*

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui beberapa perilaku konsumen *online* dan menentukan *purchase dependence product apparel*
- b. Menganalisis data *demand dependence* terhadap kasus *purchase dependence* dengan menggunakan metode VAR

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Area penelitian dilakukan di ritel yang sudah ditentukan oleh penulis yaitu toko Tutuloph yang beralamat di JL. Babarsari, No. 17, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Analisis pada penelitian berdasarkan pada pengambilan data sekunder pada periode Januari- Mei 2016
- c. Analisis pada penelitian berdasarkan pada pengambilan data primer pada bulan Maret 2016

- d. Metode pengolahan data menggunakan konsep metode *Vector Autoregressive* dengan aplikasi *Microsoft Excel*.
- e. Untuk pengamatan yang dilakukan dalam penelitian adalah perilaku konsumen yang berada di wilayah Sleman, DIY

