

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indomaret adalah salah satu jaringan ritel terbesar di Indonesia yang terus berkembang dengan menyediakan kebutuhan masyarakat secara praktis dan nyaman. Dengan dukungan sistem informasi ritel yang modern, Indomaret mampu mengelola berbagai cabang di seluruh Indonesia. Namun, di tengah perkembangan ini, tantangan dalam operasional dan kepuasan pelanggan masih sering ditemui di beberapa cabang. Salah satu cabang yang menghadapi permasalahan tersebut adalah Indomaret Simpang Marbau, yang berlokasi di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara. Cabang ini memiliki sejumlah kendala yang memengaruhi kinerja dan pengalaman pelanggan. Cabang ini menghadapi tantangan dalam mengelola data transaksi yang besar secara optimal. Setiap hari, toko menghasilkan puluhan data transaksi yang mencakup pembelian produk oleh pelanggan.

Namun, data tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal untuk memahami pola perilaku konsumen. Dalam dunia ritel modern, analisis data transaksi adalah hal yang sangat penting untuk membantu toko mengenali produk-produk yang sering dibeli bersamaan, memahami preferensi konsumen, dan merancang strategi promosi yang lebih efektif. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis pola pembelian konsumen adalah teknik data mining dengan algoritma Apriori. Algoritma ini mampu mengidentifikasi hubungan antar produk berdasarkan data transaksi yang tersedia. Misalnya,

dengan menemukan produk yang sering dibeli bersamaan, toko dapat menempatkan produk tersebut di rak yang berdekatan atau menawarkan promosi bundling untuk meningkatkan penjualan. Sayangnya, penerapan teknologi ini belum dilakukan di Indomaret Simpang Marbau, sehingga peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan masih belum dimanfaatkan secara optimal. Jika permasalahan ini tidak segera diatasi, dampaknya dapat dirasakan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek, kepuasan pelanggan akan menurun karena masalah aksesibilitas, fasilitas parkir, dan pelayanan yang kurang memadai. Dalam jangka panjang, toko dapat kehilangan pelanggan setia, yang berdampak pada menurunnya pendapatan toko dan citra merek di area tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggabungkan analisis pola pembelian konsumen dengan pendekatan teknologi modern melalui algoritma Apriori. Dengan memanfaatkan data transaksi yang ada, toko diharapkan mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan produk, menciptakan strategi promosi yang tepat sasaran, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi penting dalam pengembangan sistem informasi ritel berbasis data mining untuk mendukung keputusan bisnis yang lebih strategis dan berbasis data.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola pembelian konsumen di Indomaret Simpang Marbau yang dapat diidentifikasi menggunakan algoritma Apriori?
2. Produk-produk apa saja yang sering dibeli bersamaan oleh konsumen di lokasi tersebut?
3. Bagaimana hasil analisis dapat dimanfaatkan untuk pengambilan keputusan bisnis?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, terdapat beberapa batasan masalah, antara lain:

1. Data yang digunakan hanya mencakup data transaksi selama 1 bulan terakhir di Indomaret Simpang Marbau.
2. Algoritma yang digunakan dalam analisis adalah algoritma Apriori, tanpa perbandingan dengan algoritma lainnya.
3. Hanya menggunakan parameter *support*, *confidence*, dan *lift ratio* dalam analisis asosiasi.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun Tujuan dan Manfaat penelitian tersebut dapat kita lihat sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi pola pembelian konsumen di Indomaret Simpang Marbau menggunakan algoritma Apriori.
2. Menentukan produk-produk yang sering dibeli secara bersamaan oleh konsumen untuk mendukung strategi penjualan.
3. Mengoptimasikan tata letak produk di dalam toko, mengembangkan strategi promosi ,dan mengelola stok barang yang lebih efisiensi.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Toko Indomaret Simpang Marbau

Memberikan wawasan mendalam tentang pola pembelian konsumen yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi penjualan dan tata letak produk. Dan membantu manajemen toko dalam membuat keputusan berbasis data untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman belanja pelanggan.

2. Bagi Pengembangan Sistem Informasi Ritel

Menunjukkan potensi penggunaan algoritma data mining, khususnya algoritma Apriori, dalam menganalisis transaksi ritel. Dan memberikan contudi praktis penerapan teknologi modern untuk mengolah dan menganalisis data transaksi.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti

Menyediakan referensi dan kontribusi ilmiah dalam pengembangan metode analisis pola pembelian konsumen menggunakan teknologi data mining. Dan membuka peluang untuk penelitian lanjutan dalam bidang sistem informasi dan analitika bisnis ritel.

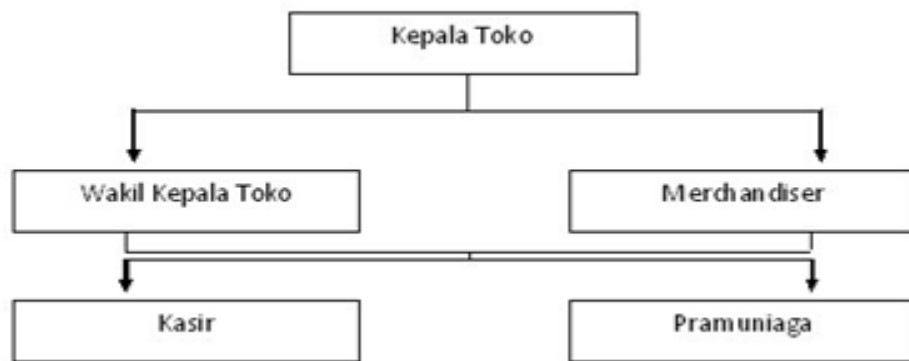
1.5 Tujuan Umum Objek Penelitian

Indomaret Simpang Marbau adalah salah satu gerai ritel dari jaringan Indomaret yang berlokasi di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara. Meskipun merupakan bagian dari jaringan ritel modern terkemuka, gerai ini menghadapi beberapa tantangan operasional yang mempengaruhi kinerja dan layanan pelanggan. Dari segi lokasi, gerai ini terletak agak masuk ke dalam dari jalan utama, yang menyebabkan visibilitas toko menjadi terbatas bagi calon pelanggan. Area parkir yang tersedia juga terbatas, dengan kapasitas yang kurang memadai terutama pada jam-jam sibuk. Kondisi ini sering menimbulkan kesulitan bagi pelanggan yang membawa kendaraan, terutama kendaraan berukuran besar.

Dalam aspek operasional, gerai ini memiliki sistem informasi ritel yang mencatat seluruh transaksi penjualan setiap harinya. Data transaksi yang terkumpul mencakup informasi tentang: Jenis produk yang dibeli, kombinasi produk dalam setiap transaksi, jumlah pembelian, Dan data penjualan harian. Namun, pemanfaatan data transaksi ini belum optimal, terutama dalam: Analisis pola pembelian konsumen, Penentuan strategi display produk, Perencanaan stok barang, Pengembangan program promosi, Optimalisasi tata letak produk. Dari segi pelayanan, gerai ini memiliki tantangan dalam konsistensi kualitas layanan pelanggan, yang tercermin dari: Sikap karyawan yang terkadang kurang ramah, Respons terhadap kebutuhan pelanggan yang belum optimal, Penanganan keluhan yang perlu ditingkatkan, Pelayanan kasir agar lebih efisien

1.5.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang menjadi objek penelitian adalah cabang Indomaret Simpang Marbau. Organisasi ini merupakan bagian dari jaringan ritel Indomaret yang mengadopsi sistem informasi ritel modern. Terdiri atas Kepala toko, Wakil Kepala Toko, Kasir, Merchandiser, Pramuniaga (Sales Assistant). Adapun Struktur Organisasi dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Indomaret Simp.Marbau

Sumber : Indomaret Simp.Marbau

1.5.2 Fungsi Dan Wewenang

Adapun fungsi dan Wewenangnya Sebagai Berikut:

1. Kepala Toko (Store Manager):

Memimpin dan mengelola seluruh kegiatan operasional toko. Dan bertanggung jawab atas pencapaian target toko, manajemen stok, dan pelayanan pelanggan.

2. Wakil Kepala Toko (Assistant Store Manager):

Membantu kepala toko dalam mengelola operasional sehari-hari. Serta mengawasi pekerjaan kasir dan memastikan efisiensi dalam pengelolaan transaksi.

3. Kasir (Cashier):

Bertugas melayani transaksi pembelian pelanggan. Dan menangani laporan keuangan harian dan menjaga akurasi pencatatan.

4. Merchandiser:

Bertugas memastikan ketersediaan stok produk di rak. Dan mengatur tata letak barang untuk meningkatkan daya tarik visual pelanggan.

5. Pramuniaga (Sales Assistant):

Membantu pelanggan menemukan produk yang dibutuhkan. Dan menjaga kebersihan dan kerapian area toko.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN:

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI:

Menyajikan teori dan kajian pustaka yang relevan, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis pola pembelian konsumen dan algoritma Apriori.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN:

Menjelaskan metode penelitian, alat, teknik, dan langkah-langkah yang digunakan dalam analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN:

Menyajikan hasil penelitian serta analisis dari pola-pola pembelian konsumen yang ditemukan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN:

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.