

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat. Bukan hanya Supermarket atau *Department Store* saja, melainkan adanya lembaga lain, yakni Koperasi. Koperasi kini semakin modern dengan adanya perekonomian yang semakin maju. Definisi Koperasi menurut UU No. 25 / 1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang-serorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.

Di era modern saat ini, koperasi sudah berkembang pesat untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau pun anggotanya. Koperasi pada saat ini membawa perkembangan yang begitu pesat bagi masyarakat. Koperasi yang memiliki perkembangan yang pesat adalah Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya atau yang dikenal dengan sebutan Koperasi SBW Surabaya. Lokasi dari Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita ini berada di Jl. Jemur Andayani No. 55 Surabaya.

Banyak dari kita yang mengetahui bahwa fungsi dari koperasi sebagai simpan pinjam anggota saja. Tetapi dapat diketahui bahwa perkembangan koperasi juga dapat dilihat dari bertambahnya jumlah anggota yang semakin banyak tiap tahunnya. Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita memiliki jumlah anggota 12.300 orang hingga bulan April 2016. Selain itu, dalam koperasi ini juga memiliki jenis usaha yang dapat digunakan oleh anggota-anggota tersebut. Adanya jenis usaha yang terdapat dalam koperasi yaitu Simpan Pinjam, Swalayan, Learning Center, Griya Tamu, dan E-Kopwan Setia Bhakti Wanita.

Koperasi ini menggunakan sistem tanggung renteng yang di mana apabila dalam satu kelompok terdapat 15 anggota, dan jika salah satu dari anggota tersebut belum membayar simpan pinjam pada waktu yang telah ditentukan maka dapat ditanggung oleh anggota yang ada dalam kelompok tersebut. Pada swalayan terdapat wajib beli yang berasal dari pinjaman anggota sehingga koperasi mendapatkan keuntungan sebesar 1% dari besarnya pinjaman tersebut. Swalayan tidak hanya melayani anggota saja melainkan juga non anggota yang berasal dari masyarakat umum yaitu warga yang memiliki tempat tinggal yang berdekatan dengan swalayan tersebut. Harga yang ditawarkan dalam Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita jauh lebih murah daripada supermarket maupun toko lainnya seperti Indomart, Alfamart, Giant, Hypermart, Carrefour atau pun lainnya.

Dengan adanya perkembangan yang semakin pesat, persaingan dalam dunia bisnis juga semakin ketat, sehingga dibutuhkan strategi untuk dapat menghadapi persaingan bisnis terutama dalam toko ritel yaitu swalayan. *Display* produk tidak hanya meletakkannya pada rak saja, tetapi meletakkan produk di mana akan mendapatkan respons yang paling bagus dari konsumen (Utami 2008:178). Untuk dapat menarik perhatian konsumen agar dapat berbelanja dengan nyaman dalam toko, maka *display* harus ditata semenarik mungkin sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

*Display* merupakan hal yang sangat penting bagi toko karena akan berdampak langsung terhadap minat pembelian yang tinggi dari para pelanggan. Semakin banyak barang yang ditampilkan, semakin mudah para konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu *display* harus disajikan berdasarkan sudut pandang pembeli. Dengan adanya *display* yang menarik pula, maka konsumen akan dapat melakukan pembelian ulang

dalam toko tersebut sehingga konsumen akan datang untuk membeli produk di toko tersebut secara terus-menerus.

*Display* yang sukses bukan merupakan sesuatu yang dilempar secara bersamaan pada suatu *moment*, tapi lebih kepada sesuatu yang harus dipertimbangkan secara hati-hati. Penting untuk terus mengevaluasi respons konsumen terhadap *display* yang telah dibangun oleh peritel (Utami, 2008:179). Apabila terdapat rak-rak yang kosong atau penempatan rak yang tidak sesuai, maka juga akan mempengaruhi bagi para konsumen atau pun pelanggan untuk mengurungkan niatnya tidak membeli produk-produk yang ada dalam toko.

Menurut Utami (2008:155) desain toko yang baik akan menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Bagaimana dan di mana produk diletakkan sering kali membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sedangkan Ma'ruf (2006:204) menyatakan bahwa desain toko merupakan strategi penting untuk menciptakan suasana toko yang akan membuat pelanggan merasa betah berada dalam suatu toko atau gerai. Salah satu permasalahan yang terdapat dalam Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya adalah penataan barang dagang yang belum maksimal. Barang yang terdapat pada *display* masih berantakan, tidak rapi, dan tidak enak dipandang sehingga terkesan membuat para konsumen kesulitan dalam mencari produk-produk yang diinginkannya.

Banyak *price card* yang tertera pada rak tidak sesuai dengan produk yang dijual sehingga membuat konsumen sering bertanya kepada kasir mengenai harga pada produk yang dijual. Adanya *price card* yang tidak *uptodate* sehingga swalayan dapat mengalami kerugian karena harga yang tertera tidak diganti. Terdapat barang yang kosong karena persediaan barang yang habis dan pengiriman barang yang terlambat sehingga ketika

konsumen mencari produk yang dibutuhkan, produk tersebut belum terdapat pada rak yang di *display*.

Penataan barang untuk kategori barang yang penjualan barangnya tinggi (*fast moving*) dengan penjualan barang rendah (*slow moving*) masih memiliki *space* yang sama. Hal ini dapat mengakibatkan bagi produk yang penjualannya tinggi mengalami penurunan karena produk yang di *display* pada rak diberikan *space* yang sama dengan produk yang penjualannya rendah. Penataan produk berdasarkan *space* yang lebih lebar dikarenakan nilai dari produk tersebut lebih tinggi daripada produk yang lain. Konsumen juga akan beralih ke produk yang memiliki nilai yang tinggi atau penjualan dalam toko tersebut cepat laku.

Barang-barang yang terdapat pada rak 10 berupa produk minuman yaitu produk susu. Produk susu mempunyai tempat yang sangat strategis karena mempunyai letak yang dekat dengan pintu masuk dan menjadi tempat lalu-lalang para konsumen. Walaupun menjadi tempat yang strategis, produk susu tidak begitu menarik perhatian konsumen dalam masalah penjualan. Hal ini disebabkan oleh penataan rak yang kurang diperhatikan oleh pihak swalayan. Penataan yang kurang membuat konsumen tidak tertarik dengan produk susu yang dijual. Selain penataan yang kurang, terdapat kardus-kardus yang langsung diletakkan bersamaan dengan produk sehingga membuat konsumen bingung untuk mengambil produk susu yang dijual secara ecer atau per dus.

Oleh karena itu, penting bagi toko untuk melakukan perubahan mengenai manajemen ruang produk terutama pada *space* yang terdapat pada rak agar dapat menunjang peningkatan dalam swalayan tersebut. Kemudian, penataan produk yang harus rapi, tertata, teratur dan mengundang minat konsumen untuk dapat berbelanja di swalayan.

## 1.2 Ruang Lingkup Proyek

Kegiatan kuliah praktek bisnis ini dilaksanakan pada Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya dalam jangka waktu dua bulan. Ruang lingkup proyek ini mencakup tentang masalah yang terdapat di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya. Kemudian, dari permasalahan tersebut dapat dilakukan pembahasan mengenai masalah yang terjadi dan memberikan solusi atau perbaikan kepada Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita untuk dapat diterapkan pada toko.

## 1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam kuliah praktek bisnis adalah:

1. Diharapkan dapat melakukan penyesuaian manajemen ruang pada produk berdasarkan produk yang bersifat *fast moving* maupun *slow moving* pada *space*.
2. Memudahkan konsumen untuk mengetahui harga yang terdapat pada masing-masing produk yang dijual.
3. Karyawan dapat menata produk dengan baik dan semenarik mungkin di mata konsumen.

## 1.4 Manfaat Proyek

Dengan dilakukannya kuliah praktek bisnis maka diharapkan dapat tercapainya manfaat proyek yaitu manfaat akademik dan manfaat praktik.

1. Manfaat Akademik
  - a. Meningkatkan pengetahuan dengan mengetahui adanya permasalahan yang terjadi dalam penataan produk, harga yang tidak sesuai, dan manajemen ruang produk yang terdapat dalam Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.

- b. Memberikan usulan atau perbaikan dari permasalahan yang terdapat dalam Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.
2. Manfaat Praktik
    - a. Memudahkan karyawan dalam hal penataan produk di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.
    - b. Membantu karyawan untuk dapat mengganti *price card* pada produk yang harganya tidak tetap.
    - c. Memudahkan karyawan untuk dapat mengecek jumlah barang yang terdapat pada rak sesuai dengan *price card* produk.
    - d. Memberikan kenyamanan kepada konsumen pada saat berbelanja di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Terdapat sistematika penulisan untuk memudahkan pemahaman mengenai laporan penelitian, yaitu:

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang permasalahan, ruang lingkup proyek, tujuan proyek, manfaat proyek, dan sistematika penulisan laporan.

#### **BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang berkaitan dengan ruang lingkup proyek yang berisi tentang urutan logika berpikir yang konsisten mulai dari teori sampai dengan latar belakang masalah dan permasalahan.

#### **BAB 3 : METODE PELAKSANAAN**

Bab ini menjelaskan mengenai prosedur dalam pelaksanaan kuliah praktek bisnis berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan.

#### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi profil Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya, kegiatan yang dilakukan di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya, eksplorasi akar masalah dan pendekatan yang dipilih, pembahasan dan solusi.

#### **BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan spesifik atau implikasi yang dijabarkan harus menekankan dampak hasil tugas akhir kuliah praktik bisnis terhadap aspek-aspek bisnis, saran dan usulan-usulan perbaikan yang riil.