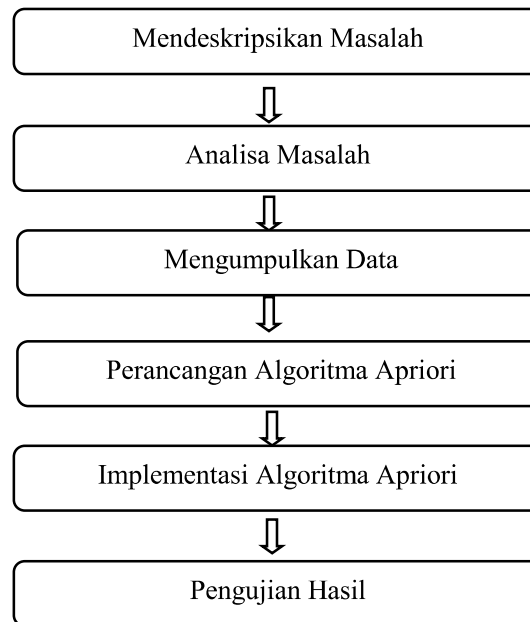


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan desain penelitian, yang merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah yang akan dibahas. Desain penelitian ini digambarkan secara sistematis yang digunakan sebagai pedoman untuk peneliti dalam melaksanakan penelitian agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dan tujuan yang diinginkan dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut desain penelitian:



Gambar 3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan desain penelitian pada gambar 3.1, maka masing-masing langkahnya dapat diuraikan seperti berikut ini:

3.1.1. Mendeskripsikan Masalah

Mendeskripsikan masalah yang akan teliti perlu ditentukan terlebih dahulu. Mendeskripsikan masalah dalam penelitian dengan menentukan dan mendefinisikan batasan masalah yang akan diteliti, sehingga membantu dalam mendapatkan suatu solusi yang terbaik dari masalah tersebut. Masalah peletakan produk yang belum sesuai dengan kebutuhan konsumen dan persediaan produk promo.

3.1.2. Analisa Masalah

Langkah analisis masalah merupakan langkah untuk dapat memahami masalah yang telah ditentukan ruang lingkup atau batasannya. Dengan menganalisis pola pembelian konsumen menggunakan data transaksi produk maka diharapkan masalah dapat dipahami dengan baik.

3.1.3. Mengumpulkan Data

Dalam pengumpulan data dilakukan observasi yaitu pengamatan secara langsung di beberapa toko Alfamart sehingga permasalahan yang terjadi dapat diketahui secara jelas. Kemudian dilakukan *interview* yang bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan. Selain itu juga dilakukan studi kepustakaan yaitu dengan membaca jurnal dan buku-buku yang menunjang dalam melakukan analisis terhadap data dan informasi yang didapat. Data yang diperoleh

dari tempat penelitian selanjutnya dilakukan analisa dan pengolahan menggunakan Algoritma Apriori.

3.1.4. Perancangan Algoritma Apriori

Pada tahap ini akan dilakukan proses perancangan dari model sistem dengan algoritma apriori sehingga diperoleh nilai *Support* dan *Confidence* dan menghasilkan suatu *rule* pola *market basket analysis* pada data transaksi penjualan atau pembelian konsumen.

3.1.5. Implementasi Algoritma Apriori

Adapun langkah-langkah dalam tahapan ini adalah :

- a. Analisis Pola Frekuensi Tinggi
- b. Pembentukan Aturan Asosiasi

3.1.6. Pengujian Hasil

Pada tahap ini, penulis melakukan pengujian dan hasil perancangan sistem menggunakan *software Data Mining open source Tanagra*. Sistem diuji dengan prosedur-prosedur untuk melakukan eksplorasi dan permodelan dari data-data yang ada sehingga mendapatkan suatu hubungan tersembunyi dari data tersebut.

3.2. Operasional Variabel

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini yang mencakup dari variabel yang akan diolah adalah transaksi pembelian kebutuhan pokok dan *item* yang dibeli. Persentase nilai *Support* dan *confidence* tertinggi yang akan menjadi variabel keputusan.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Wawancara

Dalam hal pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara. Dengan cara mengajukan pertanyaan kepada AcoS, Koordinator wilayah dan *crew* dalam hal yang berkaitan dengan pola pembelian konsumen. Karena narasumber tersebut yang mengamati kegiatan konsumen saat melakukan pembelian. Maka penulis dapat menggali pertanyaan mengenai materi-materi yang akan menjadi bahan untuk menganalisis pola pembelian konsumen.

3.3.2. Observasi

Kegiatan ini dilakukan mengunjungi langsung ke beberapa toko Alfamart. Hal tersebut dilakukan agar mengetahui permasalahan yang di hadapi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menentukan penataan produk dan persediaan produk promo yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3.3.3. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dan informasi serta pengetahuan dengan cara mempelajari dari buku-buku tentang teori yang bersangkutan dalam menganalisis data transaksi produk.

3.4. Metode Analisis Data

Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil

penelitian. Pada tahap ini dilakukan penganalisisan pola pembelian konsumen. Terdapat data transaksi produk yang terjadi setiap hari yang menjadi acuan untuk menemukan pola pembelian sehingga dapat menentukan keputusan dalam penataan produk dan persediaan produk promo. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Algoritma Apriori yang memungkinkan untuk menyelesaikan analisa berdasarkan data transaksi produk.

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.1. Lokasi Penelitian

3.5.1.1. Sejarah

Lokasi penelitian dilaksanakan pada beberapa toko PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk di kota Batam. Berikut profil perusahaan:



(Sumber: Alfamart, 2017)

Gambar 3.2 Logo Alfamart

Tonggak Sejarah Alfamart yang dimulai pada tahun 1989 didirikan sebagai Perusahaan dagang aneka produk oleh Djoko Susanto dan Keluarga. Kemudian pada tahun 1994 terjadi perubahan kepemilikan, PT HM Sampoerna (70%) dan Djoko Susanto (30%). Berikut sejarah perusahaan Alfamart (Alfamart, 2017):

1. Tahun 1999-2006

Alfa Minimart pertama mulai beroperasi di Jl. Beringin Raya Karawaci, Tangerang, Banten dan mengakuisisi 141 gerai Alfa Minimart dan berganti nama menjadi "Alfamart". PT HM Sampoerna menjual sahamnya / *Shareholders structure* : PT Sigmantara Alfindo (60%) and PT Cakrawala Mulia Prima (40%).

2. Tahun 2007-2009

Lebih dari 2.700 – 3.000 gerai beroperasi dan mulai memasuki pasar Lampung Penawaran Umum Saham Perdana di Bursa Efek Indonesia. Lalu mulai memasuki pasar Bali.

3. Tahun 2010-2012

Lebih dari 4.800 – 7.000 gerai beroperasi dan struktur kepemilikan menjadi Sigmantara Alfindo (74.66%) and *Public* (25.34%). Memasuki pasar Makassar, pasar Palembang dan memasuki pasar Medan. Mendirikan Anak Perusahaan PT Sumber Indah Lestari bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan (*share ownership* 65%).

4. Tahun 2013

Lebih dari 8.500 gerai beroperasi Akuisisi tambahan saham PT Midi Utama Indonesia Tbk (*share ownership* 56.72%). Perubahan nilai nominal saham dari Rp100 menjadi Rp10 per saham dan mendirikan Anak Perusahaan Alfamart Retail Asia Pte. Ltd (*share ownership* 100%) Sudah mulai memasuki pasar Jambi, Pekanbaru dan Banjarmasin

5. Tahun 2014

Sudah lebih dari 9.800 gerai beroperasi. Usaha Patungan melalui Alfamart Retail Asia Pte.Ltd. mendirikan Alfamart Trading Philipines Inc. di Filipina dan melakukukan Penawaran Umum Berkelanjutan I Obligasi Berkelanjutan Sumber Alfaria Trijaya I serta Penawaran Umum Saham Terbatas tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu. Akuisisi 30% saham PT Midi Utama Indonesia Tbk dan Saham sesuai kepemilikan menjadi 86,72% (saham swap dengan Lawson). Mulai memasuki pasar Pontianak, Manado dan Filipina

6. Tahun 2015

Lebih dari 11.000 gerai beroperasi dan mendirikan Anak Perusahaan PT Sumber Trijaya Lestari yang bergerak di bidang perdagangan eceran melalui internet. Melakukan Penawaran Umum Saham Terbatas tanpa Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu *Rebranding* logo Alfamart dan *brand essence* "*Thoughtfully Smart*" dan Penawaran Umum Berkelanjutan I Oblilgasi Berkelanjutan Sumber Alfaria Trijaya Tahap II lalu memasuki pasar kota Batam.

3.5.1.2. Visi Dan Misi

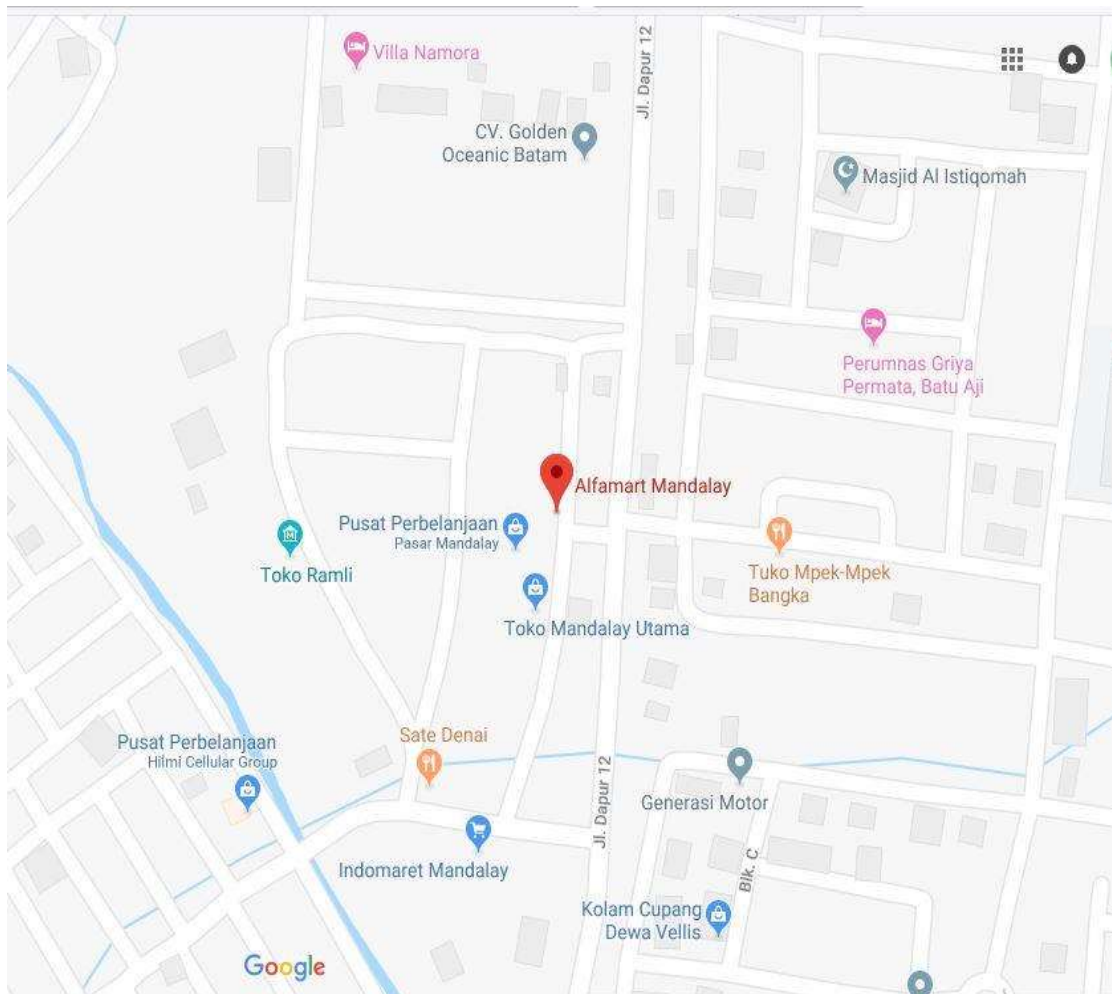
Visi perusahaan Alfamart yaitu : "Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global". Dan misi perusahaan Alfamart (Alfamart, 2017) yaitu:

- a. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul
- b. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/ etika bisnis yang tinggi.
- c. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan cara menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- d. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi para pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya

3.5.1.3. Lokasi Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada beberapa toko Alfamart di wilayah kecamatan Sagulung kota Batam, diantaranya:

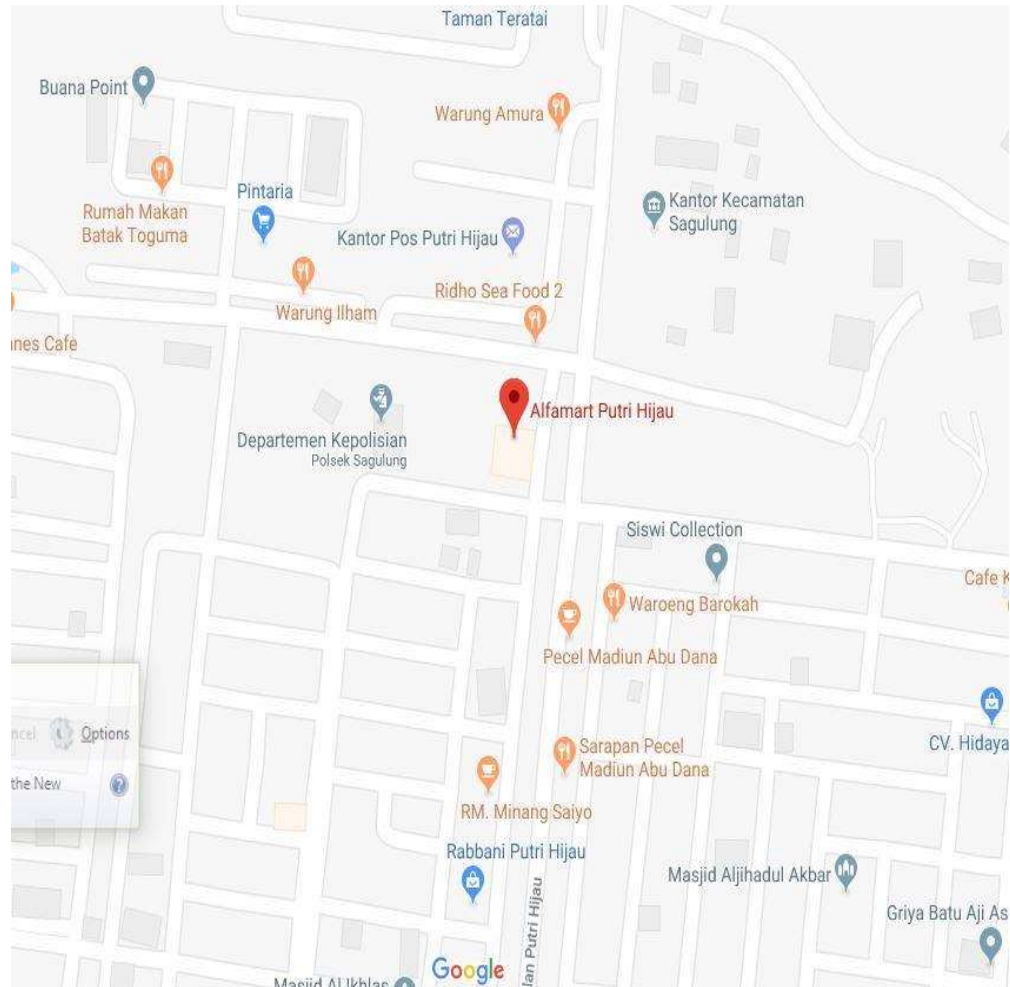
1. Alfamart Mandalay yang terletak di jalan Dapur 12, Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau. Berdekatan dengan Pusat Perbelanjaan Pasar Mandalay dan Toko Mandalay Utama.



(Sumber: Google Maps, 2017)

Gambar 3.3 Lokasi Alfamart Mandalay

2. Jl. Putri Hijau Komp. Ruko Putri Hijau, Sungai Langkai, Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau 29472. Berdekatan dengan Polsek Sagulung dan Kantor Kecamatan Sagulung.



(Sumber: Google Maps, 2017)

Gambar 3.4 Lokasi Alfamart Putri Hijau

3.6.2. Jadwal Penelitian

Berikut adalah jadwal penelitian pada saat melakukan kegiatan penelitian dimulai pada bulan September 2017 sampai dengan Januari 2018.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

[illegible]