

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ritel merupakan sebuah bisnis yang fokus untuk menjual produk dan/atau jasa kepada *end-customer* atau konsumen akhir (Shantilawati dkk., 2024). Contoh bisnis ritel adalah bisnis yang menjual produk berupa makanan, alat elektronik, kebutuhan harian, dan sebagainya. Selain menjual produk, contoh lain dari bisnis ritel adalah bisnis yang memberikan jasa seperti penyewaan barang, reparasi barang, ojek online, dan sebagainya. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia terus menunjukkan tren yang kompetitif, terutama di sektor kebutuhan harian dan bahan pokok, seiring meningkatnya mobilitas masyarakat dan pola konsumsi yang semakin praktis.

Toko S merupakan salah satu toko ritel yang berada di Kota Pekanbaru, Riau. Toko ini menjual berbagai jenis barang kebutuhan pokok dan sehari-hari, seperti sembako, minuman, produk kebersihan, serta rokok. Toko S beroperasi setiap hari, yakni dari hari senin hingga sabtu pukul 05.00 WIB hingga 18.30 WIB (dengan waktu istirahat pukul 12.00–15.00 WIB), serta hari minggu dari pukul 05.00 WIB hingga 15.00 WIB (dengan waktu istirahat pukul 12.00–13.00 WIB). Hal ini menunjukkan bahwa Toko S memiliki potensi transaksi yang cukup tinggi, terutama pada jam-jam produktif masyarakat.

Jumlah pekerja di Toko S adalah 5 orang, yang terdiri dari 1 pemilik yang juga berperan sebagai kasir, dan 4 orang karyawan. Dari keempat karyawan tersebut, dibagi lagi ke dalam dua kelompok. Dua orang pertama bertugas untuk mengirim barang kepada pelanggan, menyusun barang di rak, mengemas barang, serta melayani pelanggan yang datang ke toko. Sementara itu, dua karyawan lainnya juga memiliki tugas serupa seperti menyusun, mengemas, dan melayani pelanggan, akan tetapi tidak memiliki tanggung jawab dalam pengiriman barang.

Pada Toko S, pelanggan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kategori satu (langganan tetap), kategori dua (pembeli borongan), dan kategori tiga (pembeli eceran). Perbedaan dari ketiga kategori pelanggan ini terletak pada harga jualnya. Pelanggan tetap mendapatkan harga berdasarkan harga modal ditambah keuntungan per barang. Pelanggan borongan memperoleh harga jual borongan

yang ditentukan langsung oleh pemilik, sedangkan pelanggan eceran dikenakan harga jual eceran yang biasanya lebih tinggi dari harga borongan.

Toko S masih menggunakan sistem *owner-based*, yaitu sistem yang sangat bergantung pada pemilik dalam menjalankan operasional toko. Pemilik berperan langsung dalam menghitung total pembelanjaan, memesan barang dari supplier, mencatat stok barang, menetapkan harga jual, serta menangani aktivitas kasir. Selain itu, seluruh proses operasional lainnya juga masih dijalankan secara konvensional dan manual, termasuk pencatatan keluar-masuk barang, penghitungan stok, hingga pelayanan pelanggan.

Penggunaan sistem manual ini menimbulkan berbagai tantangan dalam pelayanan. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan mengenai lambatnya proses perhitungan total belanja, ketidaktepatan nominal tagihan, dan kesulitan dalam mencari barang. Keterbatasan sistem ini juga mempersulit pemilik dalam memantau kondisi stok secara akurat dan *real-time*, serta menghambat efisiensi kerja karyawan dalam memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat.

Pemilik toko juga memiliki rencana untuk membuka cabang baru. Namun, sebelum rencana tersebut direalisasikan, pemilik ingin terlebih dahulu memperbaiki pelayanan di toko utama. Untuk dapat melakukan perbaikan yang tepat sasaran, maka penting untuk mengidentifikasi siapa saja *stakeholder* yang terlibat dan terpengaruh oleh aktivitas toko ini. Proses ini tidak hanya mencakup pemilik dan karyawan, tetapi juga pelanggan, *supplier*, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Melalui pendekatan *stakeholder management*, diharapkan seluruh pihak yang terlibat dapat dipetakan dengan jelas, sehingga kebutuhan dan harapan mereka dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk memperbaiki sistem pelayanan dan operasional toko secara menyeluruh.

1.2. Penelusuran Masalah

Observasi dilakukan untuk menentukan dan mengetahui permasalahan yang terjadi di toko S. Observasi dilakukan secara *offline* dan *online*. Observasi secara *offline* dilakukan saat liburan semester genap tahun 2023/2024. Selain observasi secara *offline*, dilakukan juga observasi secara *online* dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak atau *stakeholders* terkait.

Penentuan *stakeholder* dilakukan dengan mengacu pada pendekatan *stakeholder management*, sebagaimana dijelaskan oleh Bourne (2016) dan Eskerod & Jepsen (2019). Pendekatan ini membantu mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menentukan strategi keterlibatan stakeholder berdasarkan tingkat pengaruh dan kepentingan mereka terhadap proyek atau perubahan yang akan dilakukan. Langkah-langkah penentuan *stakeholders* adalah sebagai berikut.

1. Identifikasi *Stakeholders*

Langkah pertama adalah mengidentifikasi semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam operasional dan pelayanan di Toko S. Proses ini dilakukan dengan observasi awal dan diskusi informal dengan pemilik untuk memetakan siapa saja pihak-pihak yang berkepentingan atau terdampak oleh kegiatan toko. Hasil identifikasi awal terhadap stakeholder yang relevan dalam konteks ini dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Daftar dan Peran *Stakeholders* Terkait

No	<i>Stakeholder</i>	Peran/Hubungan
1	Pemilik Toko	Pengelola utama dan pengambil keputusan
2	Karyawan	Pelaksana kegiatan operasional harian
3	Pelanggan	Pengguna layanan yang berkontribusi pada pendapatan utama
4	<i>Supplier</i>	Pihak penyedia barang untuk dijual kembali

Pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa terdapat empat *stakeholders* yang terkait dengan Toko S. Setelah mendapatkan *stakeholders* yang terkait, maka langkah selanjutnya adalah mengklasifikasi *stakeholders* tersebut berdasarkan jenis keterlibatannya di dalam sistem Toko S.

2. Klasifikasi *Stakeholders*

Setelah *stakeholders* diidentifikasi, *stakeholders* tersebut kemudian akan diklasifikasikan berdasarkan jenis keterlibatannya dalam sistem. Klasifikasi ini bertujuan untuk membedakan *stakeholders* berdasarkan hubungan internal dan eksternal terhadap toko. Klasifikasi *stakeholders* dapat dilihat pada Tabel 1.2.

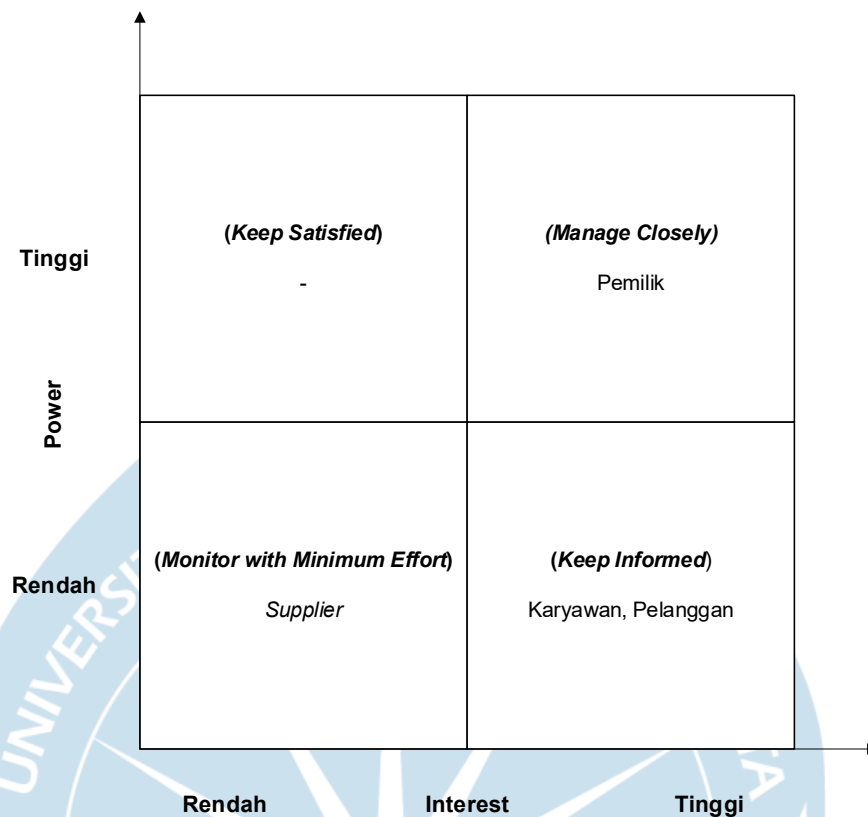
Tabel 1.2. Klasifikasi *Stakeholders* Terkait

No	<i>Stakeholder</i>	Kategori
1	Pemilik	Internal
2	Karyawan	Internal
3	Pelanggan	Eksternal
4	<i>Supplier</i>	Eksternal

Pada Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa terdapat dua *stakeholders* yang termasuk kategori internal, yaitu pemilik dan karyawan. Dua *stakeholders* lain, yaitu pelanggan dan *supplier* termasuk ke kategori eksternal. Setelah mengklasifikasikan *stakeholders* berdasarkan jenis keterlibatannya di dalam sistem. Langkah selanjutnya adalah memetakan *stakeholders* berdasarkan tingkat kekuasaan (*power*) dan tingkat kepentingan (*interest*) dengan *tools power-interest grid*.

3. *Power-Interest Grid* (Matriks Kekuasaan-Kepentingan)

Langkah berikutnya adalah memetakan stakeholder berdasarkan tingkat kekuasaan (*power*) dan tingkat kepentingan (*interest*) mereka terhadap proyek pengembangan pelayanan Toko S. Matriks ini akan membantu menentukan strategi pendekatan atau keterlibatan terhadap masing-masing stakeholder. *Power-Interest Grid* dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Power-Interest Grid

Pada Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa terdapat empat kuadran, yaitu *manage closely* (kanan atas), *keep informed* (kanan bawah), *keep satisfied* (kiri atas), dan *monitor with minimum effort* (kiri bawah). *Stakeholder* yang termasuk ke dalam kategori *manage closely* adalah pemilik seorang, selain itu, terdapat karyawan dan pelanggan yang termasuk ke dalam kategori *keep informed*. Pada kuadran kiri atas (*keep satisfied*), tidak ada *stakeholder* yang termasuk ke dalam kategori tersebut. Kategori terakhir (*monitor with minimum effort*), *stakeholder* yang terlibat adalah *supplier*.

Pada kuadran kanan atas (tinggi power, tinggi interest), strategi yang digunakan adalah *manage closely*, yang berarti *stakeholder* dalam kategori ini harus dikelola secara intensif dan dilibatkan secara aktif dalam setiap pengambilan keputusan penting. Dalam konteks penelitian ini, pemilik termasuk dalam kuadran ini karena memiliki pengaruh besar dan sangat berkepentingan terhadap keberhasilan proyek. Oleh karena itu, pemilik menjadi prioritas utama untuk diwawancarai pada tahap awal guna memperoleh arahan dan visi proyek yang jelas.

Kuadran kanan bawah (rendah power, tinggi interest) menerapkan strategi *keep informed*. *Stakeholder* di sini memiliki minat yang tinggi, tetapi pengaruhnya terhadap keputusan proyek terbatas. Karyawan dan pelanggan termasuk dalam kategori ini. Meskipun tidak memiliki kekuasaan besar, wawancara dengan mereka tetap penting dilakukan di awal proyek untuk menggali kebutuhan, permasalahan, serta ekspektasi mereka terhadap sistem yang akan dikembangkan.

Kuadran kiri atas (tinggi power, rendah interest) mengadopsi strategi *keep satisfied*, yang berarti *stakeholder* harus dijaga kepuasannya, tetapi tidak perlu dilibatkan secara mendalam. Pada tugas akhir ini, tidak ada *stakeholder* dari toko S yang termasuk ke dalam kategori *keep satisfied*. Sementara itu, kuadran kiri bawah (rendah power, rendah interest) menggunakan pendekatan *monitor with minimum effort*, karena *stakeholder* di kategori ini tidak perlu dilibatkan secara intensif. *Supplier* termasuk dalam kuadran ini karena perannya lebih bersifat pendukung dan tidak memengaruhi keputusan strategis proyek secara langsung.

Berdasarkan pemetaan tersebut, maka *stakeholder* yang perlu diwawancarai di tahap awal proyek adalah pemilik, karyawan, dan pelanggan. Ketiganya berperan penting dalam menentukan kebutuhan, arah pengembangan, dan kesuksesan akhir dari sistem yang dirancang.

Stakeholder pertama yang diwawancara adalah pemilik. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik, didapatkan satu keluhan yang disampaikan oleh pemilik. Keluhan yang disampaikan oleh pemilik adalah keluhan mengenai teknik perhitungan yang masih konvensional. Hal ini menyebabkan pemilik masih ragu untuk membuka cabang baru karena takut bahwa kualitas pelayanan terutama di bagian kasir menjadi menurun. Hal tersebut dapat terjadi karena hanya pemilik yang mengetahui harga setiap barang untuk setiap pelanggan. Pemilik memiliki ketakutan bahwa pelanggan yang datang tidak akan bertahan lama dikarenakan ketidaktepatan dan lamanya waktu saat menghitung total pembelanjaan.

Stakeholder yang diwawancarai setelah pemilik adalah karyawan. Karyawan mengeluh mengenai tata letak susunan barang di gudang yang masih tidak beraturan. Hal ini menyebabkan karyawan kesulitan untuk menyusun barang di gudang dan mengambil barang yang diinginkan oleh customer. Namun, penyelesaian masalah ini tidak disetujui oleh pemilik karena pemilik tidak berkenan untuk memperbaiki tata letak susunan barang. Pemilik merasa bahwa akan perlu waktu yang lama untuk memperbaiki tata letak susunan barang. Selain itu, pemilik

juga mengetahui bahwa perbaikan susunan tata letak ini tidak akan bertahan lama karena seiring berjalannya waktu karyawan juga akan kembali meletakkan dan menyusun barang secara asal-asalan.

Setelah melakukan wawancara dengan karyawan, *stakeholder* yang diwawancarai adalah pelanggan. Wawancara dilakukan dengan 10 pelanggan yang berbeda-beda. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan berhubungan dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko S. Keluhan mengenai pelayanan yang diterima oleh masing-masing pelanggan dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Keluhan dari Pelanggan

Pelanggan	Keluhan
1	Ketidaktepatan dan lamanya waktu perhitungan total pembelian
2	Lamanya waktu perhitungan total pembelian
3	Kesulitan menemukan barang karena susunan yang berantakan
4	Ketidaktepatan perhitungan total pembelian
5	Lamanya respon dari karyawan ketika <i>customer</i> meminta barang yang tidak ada di rak/etalase dan kualitas barang yang tidak konsisten
6	Lamanya waktu perhitungan total pembelian dan kesulitan menemukan barang karena susunan yang berantakan
7	Ketidaktepatan dan lamanya waktu perhitungan total pembelian
8	Kualitas barang yang tidak konsisten
9	Ketidaktepatan perhitungan total pembelian
10	Kesulitan menemukan barang karena susunan yang berantakan

Dari hasil wawancara dengan pelanggan, dapat dilihat bahwa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan berhubungan dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko S. Pada Tabel 1.3, dapat dilihat bahwa terdapat lima kriteria pelayanan yang dikeluhkan oleh pelanggan. Kriteria - kriteria tersebut antara lain adalah

1. Ketepatan perhitungan total pembelian.
2. Waktu perhitungan total pembelian.
3. Kesulitan menemukan barang karena susunan yang berantakan.
4. Kecepatan respon dari karyawan ketika *customer* meminta barang yang tidak ada di rak atau etalase.
5. Konsistensi kualitas barang.

Dari kelima kriteria pelayanan di atas, maka akan dilakukan penelusuran untuk menentukan kriteria pelayanan apa saja yang paling sering dikeluhkan oleh pelanggan. Penelusuran dilakukan dengan membuat kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang nantinya akan disebarakan kepada pelanggan kategori satu dan kategori dua. *Link* kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 8.

Dalam sebuah kuesioner, dibutuhkan minimal jumlah responden atau sampel untuk memastikan bahwa jawaban yang didapatkan sudah akurat atau valid. Jumlah responden atau proporsi sampel ditentukan dengan menggunakan persamaan dari buku Mann (2016). Rumus untuk menghitung proporsi sampel berdasarkan buku Mann (2016) dapat dilihat pada persamaan 1.1.

$$n = \frac{z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}{E^2} \quad (1.1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = nilai kepercayaan

$\hat{p}$ = proporsi keberhasilan

$\hat{q} = 1 - \hat{p}$

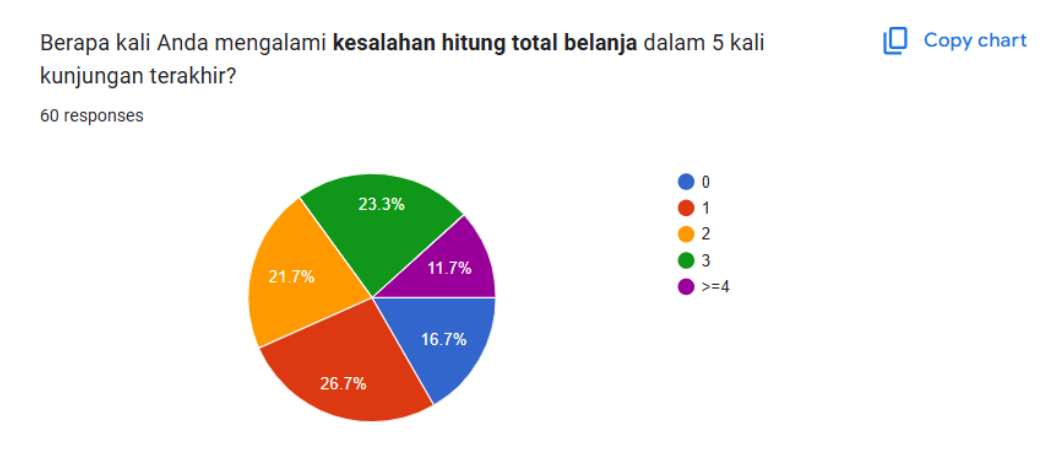
E = nilai *error* atau kesalahan

Dengan menggunakan persamaan 1.1, jumlah minimum responden atau sampel sudah dapat ditentukan. Pada tugas akhir ini, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 85%. Nilai ini menunjukkan bahwa jawaban dari responden sudah mencerminkan karakteristik yang sebenarnya dari suatu populasi sebesar 85%. Nilai kepercayaan (z) yang digunakan berdasarkan tingkat kepercayaan adalah 1,44. Proporsi keberhasilan yang digunakan adalah 50% atau 0,5. Nilai proporsi keberhasilan ditentukan berdasarkan estimasi yang paling konservatif yang ditentukan di dalam buku Mann (2016). Kemudian untuk nilai *error* atau kesalahan ditetapkan sebesar 10% atau 0,1. Hal ini berarti bahwa hasil kuesioner ini masih dapat diterima dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Setelah menentukan semua variabel yang diperlukan, maka perhitungan jumlah responden atau jumlah sampel sudah dapat ditentukan. Perhitungan jumlah responden adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{(1,44)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = 51,84 \approx 52 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa dibutuhkan minimal sebanyak 52 responden untuk memastikan bahwa jawaban dari kuesioner sudah tepat atau valid. Dari hasil kuesioner yang telah disebar, didapatkan jumlah responden sebanyak 60 orang. Hasil kuesioner dapat dilihat pada Gambar 1.2 hingga Gambar 1.6.



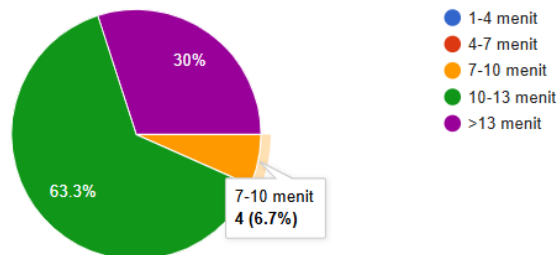
Gambar 1.2. Hasil Kuesioner untuk Kriteria Ketepatan Perhitungan Total Pembelanjaan

Pada Gambar 1.2, dapat dilihat bahwa terdapat 26,7% dari keseluruhan responden pernah mengalami kesalahan perhitungan sebanyak satu kali dalam lima kunjungan terakhir, 21,7% mengalami kesalahan sebanyak dua kali, 23,3% mengalami kesalahan sebanyak tiga kali dan 11,7% mengalami kesalahan lebih dari atau sama dengan empat kali (4-5 kali). Namun, ada juga 16,7% responden yang tidak pernah mengalami kesalahan sama sekali. Jumlah kesalahan-kesalahan yang dialami oleh responden akan dibobot atau dinilai terbalik. Semakin kecil nilai jumlah kesalahan maka akan semakin tinggi skala atau skor penilaiannya. Sebaliknya, semakin besar nilai jumlah kesalahan, maka semakin rendah skala atau skor penilaiannya. Pada kriteria ini, jumlah kesalahan sebanyak nol kali akan diberi skor 5, dan jumlah kesalahan lebih dari atau sama dengan empat kali akan diberi skor 1. Setelah melakukan pembobotan terbalik, didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,14 untuk kriteria ketepatan perhitungan total pembelanjaan

Berapa lama waktu yang dibutuhkan kasir untuk menghitung total belanja Anda

[Copy chart](#)

60 responses



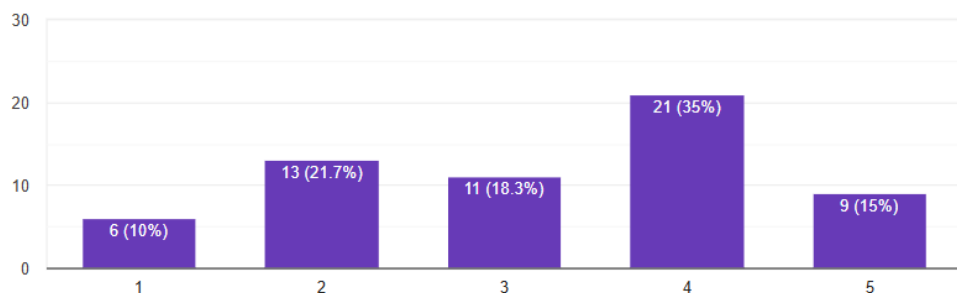
Gambar 1.3. Hasil Kuesioner untuk Kriteria Waktu Perhitungan Total Pembelanjaan

Pada Gambar 1.3, dapat dilihat bahwa terdapat 63,3% dari keseluruhan responden menjawab membutuhkan waktu sebesar 10-13 menit, 30% menjawab membutuhkan waktu lebih dari 13 menit dan 6,7% menjawab membutuhkan waktu sebesar 7-10 menit. Tidak ada responden yang menjawab 1-4 menit dan 7-10 menit. Lama waktu untuk menghitung total pembelanjaan juga akan dibobot atau dinilai terbalik, lama waktu 1-4 menit akan diberikan nilai 5 dan lama waktu lebih dari 13 menit akan diberikan nilai 1. Setelah melakukan pembobotan terbalik, didapatkan nilai rata-rata sebesar 1,77 untuk kriteria waktu perhitungan total pembelanjaan

Seberapa mudah Anda menemukan barang yang Anda cari di rak/etalase?

[Copy chart](#)

60 responses



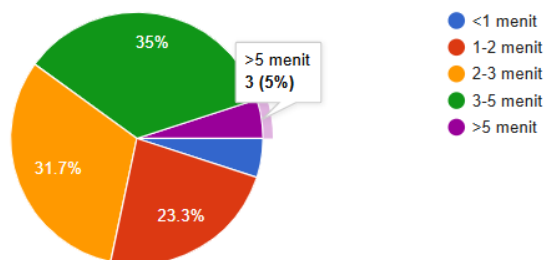
Gambar 1.4. Hasil Kuesioner untuk Kriteria Kesulitan Menemukan Barang

Pada Gambar 1.4, dapat dilihat bahwa terdapat lima skala penilaian, yaitu dari 1 hingga 5. Nilai 1 menunjukkan bahwa pelanggan masih sangat kesulitan untuk menemukan barang pada rak/etalase, sedangkan nilai 5 menunjukkan bahwa sangat mudah untuk menemukan barang pada rak/etalase. Dari hasil yang didapatkan, dapat dilihat bahwa terdapat 21 orang yang memberikan nilai 4 untuk kriteria kesulitan menemukan barang. Hal ini berarti 21 orang berpendapat bahwa masih mudah untuk menemukan barang pada rak/etalase. Berdasarkan hasil yang didapat, dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai untuk kriteria kesulitan menemukan barang adalah 3,23.

Jika Anda meminta barang ke karyawan karena tidak ditemukan di rak, berapa lama biasanya mereka merespon

[Copy chart](#)

60 responses



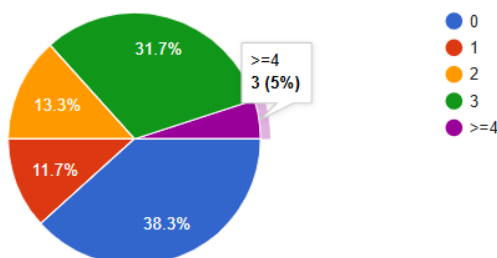
Gambar 1.5. Hasil Kuesioner untuk Kriteria Kecepatan Respon Karyawan

Pada Gambar 1.5, dapat dilihat bahwa terdapat 35% dari keseluruhan responden menjawab lama waktu respon dari karyawan adalah 3-5 menit, 31,7% menjawab lama waktu respon dari karyawan adalah 2-3 menit, dan 23,3% menjawab lama waktu respon dari karyawan adalah 1-2 menit. Selain itu, 5% dari keseluruhan responden menjawab lama waktu respon dari karyawan kurang dari 1 menit dan besar dari 5 menit. Lama waktu respon dari karyawan juga akan dibobot atau dinilai terbalik, lama waktu kurang dari satu menit akan diberikan nilai 5 dan lama waktu lebih dari lima menit akan diberikan nilai 1. Setelah melakukan pembobotan terbalik, didapatkan nilai rata-rata sebesar 2,88 untuk kriteria kecepatan respon karyawan.

Berapa kali Anda **mendapatkan barang yang tidak layak** dalam 5 kali kunjungan terakhir?

 Copy chart

60 responses



Gambar 1.6. Hasil Kuesioner untuk Kriteria Konsistensi Kualitas Barang

Pada Gambar 1.2, dapat dilihat bahwa terdapat 31,7% dari keseluruhan responden mendapatkan barang yang tidak layak sebanyak tiga kali dalam lima kunjungan terakhir, 13,3% mendapatkan barang yang tidak layak sebanyak dua kali, 11,7% mendapatkan barang yang tidak layak sebanyak satu kali dan 5% mendapatkan barang yang tidak layak sebanyak lebih dari atau sama dengan empat kali (4-5 kali). Namun, ada juga 38,3% responden yang tidak pernah mendapatkan barang yang tidak layak dalam lima kali kunjungan terakhir. Jumlah barang tidak layak yang didapatkan oleh pelanggan juga akan dibobot atau dinilai terbalik, jumlah barang yang tidak layak sebanyak nol kali akan diberikan nilai 5 dan jumlah barang yang tidak layak didapatkan lebih dari atau sama dengan empat kali akan diberikan nilai 1. Setelah melakukan pembobotan terbalik, didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,47 untuk konsistensi kualitas barang.

Berdasarkan hasil kuesioner, rekap nilai untuk setiap kriteria kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4. Nilai untuk Setiap Kriteria Pelayanan

Kriteria	Nilai
Ketepatan perhitungan total pembelian	3,14
Waktu perhitungan total pembelian	1,77
Kesulitan menemukan barang karena susunan yang berantakan	3,23
Kecepatan respon dari karyawan ketika <i>customer</i> meminta barang yang tidak ada di rak atau <i>display</i>	2,88
Konsistensi kualitas barang	3,47

Pada Tabel 1.4, dapat dilihat bahwa kriteria yang memiliki nilai terbesar adalah kriteria konsistensi kualitas barang dengan nilai sebesar 3,47. Kemudian kriteria yang memiliki nilai terkecil adalah kriteria waktu perhitungan total pembelian dengan nilai sebesar 1,77. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan di toko S untuk kriteria waktu perhitungan total pembelian masih harus ditingkatkan.

Setelah mendapatkan kriteria yang memiliki nilai paling rendah, wawancara kembali dilakukan dengan pemilik/kasir. Dari hasil wawancara, didapatkan bahwa pemilik/kasir tidak hanya sekedar menghitung total pembelian, akan tetapi juga harus membuat nota pembelian yang baru dan mengecek kembali nota pembelian yang telah dibuat. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengambilan data waktu pembuatan, perhitungan, dan pengecekan nota. Data waktu pembuatan, perhitungan, dan pengecekan nota diambil dari pelanggan kategori satu dan pelanggan kategori dua. Data waktu pembuatan, perhitungan, dan pengecekan nota dapat dilihat pada Tabel 1.5 dan Tabel 1.6.

Tabel 1.5. Data Waktu Pembuatan, Perhitungan, dan Pengecekan Nota (Pelanggan Kategori 1)

Pembelian ke-	Pelanggan 1			Pelanggan 2			Pelanggan 3		
	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)
1	11:26	20	00:34	12:13	20	00:37	12:57	22	00:35
2	06:26	12	00:32	10:17	17	00:36	10:49	17	00:38
3	07:58	17	00:28	09:46	14	00:42	08:24	15	00:34
4	06:15	13	00:29	09:52	16	00:37	07:39	13	00:35
5	05:48	12	00:29	09:16	16	00:35	10:46	18	00:36
6	10:34	15	00:42	14:18	21	00:41	12:19	19	00:39
7	12:55	18	00:43	11:22	17	00:40	14:43	20	00:44

Tabel 1.6. Data Waktu Pembuatan, Perhitungan, dan Pengecekan Nota (Pelanggan Kategori 2)

Pembelian ke-	Pelanggan 4			Pelanggan 5			Pelanggan 6		
	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)	Waktu (menit:detik)	Jumlah Varian Barang	Waktu per varian barang (menit:detik)
1	06:09	9	00:41	10:26	16	00:39	10:10	17	00:36
2	07:55	11	00:43	05:06	8	00:38	07:22	14	00:32
3	08:13	14	00:35	04:13	8	00:32	09:18	17	00:33
4	10:28	17	00:37	06:15	11	00:34	13:56	22	00:38
5	06:47	10	00:41	10:20	14	00:44	09:42	15	00:39
6	08:30	12	00:42	06:44	10	00:40	11:49	17	00:42
7	08:50	15	00:35	05:57	9	00:40	10:11	14	00:44

Setelah mendapatkan waktu pembuatan, perhitungan, dan pengecekan nota, langkah selanjutnya adalah mencari rata-rata waktu per varian barang untuk setiap pelanggan. Selain itu, dicari juga nilai standar deviasi dan koefisien variasi untuk melihat apakah data yang didapatkan memiliki variasi yang cukup konsisten atau tidak. Rekapitulasi Data Pembuatan, Perhitungan dan Pengecekan Nota dapat dilihat pada Tabel 1.7.

Tabel 1.7. Rekapitulasi Data Pembuatan, Perhitungan dan Pengecekan Nota

Pelanggan	Rata-Rata waktu per varian barang	Standar deviasi waktu per varian barang	Koefisien Variasi (CV)
1	00:34	00:06	19%
2	00:38	00:03	7%
3	00:37	00:04	9%
4	00:39	00:03	9%
5	00:38	00:04	11%
6	00:37	00:04	12%

Tabel 1.7 menunjukkan waktu rata-rata yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan saat ini. Rata-rata waktunya berkisar di antara 34 sampai 39 detik per barang, dengan nilai standar deviasi berkisar di antara 3 sampai 6 detik. Nilai koefisien variasi (CV) juga beragam, untuk nilai terkecilnya adalah 7% dan nilai terbesarnya adalah 19 %. Hal ini menunjukkan bahwa waktu pelayanan masih belum stabil untuk tiap pelanggan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan penelusuran masalah, maka dapat disimpulkan bahwa pokok permasalahan dari tugas akhir ini adalah masalah pelayanan di toko S terutama untuk kriteria waktu perhitungan total pembelanjaan.

1.4. Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang solusi perbaikan untuk mempercepat perhitungan total pembelanjaan. Target yang ingin dicapai adalah mempersingkat rata-rata waktu perhitungan total pembelanjaan hingga maksimal 5 menit untuk 11-15 varian barang, dengan kata lain waktu perhitungan total pembelanjaan per varian barang tidak lebih dari 27 detik.

1.5. Batasan

Batasan dari tugas akhir ini adalah data yang diambil hanya data waktu perhitungan total pembelanjaan dari pelanggan kategori satu dan pelanggan kategori dua saja. Hal ini dikarenakan pelanggan kategori tiga hanya membeli barang dalam bentuk eceran, sehingga waktu yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan kategori 3 tidak termasuk dalam kriteria permasalahan.

