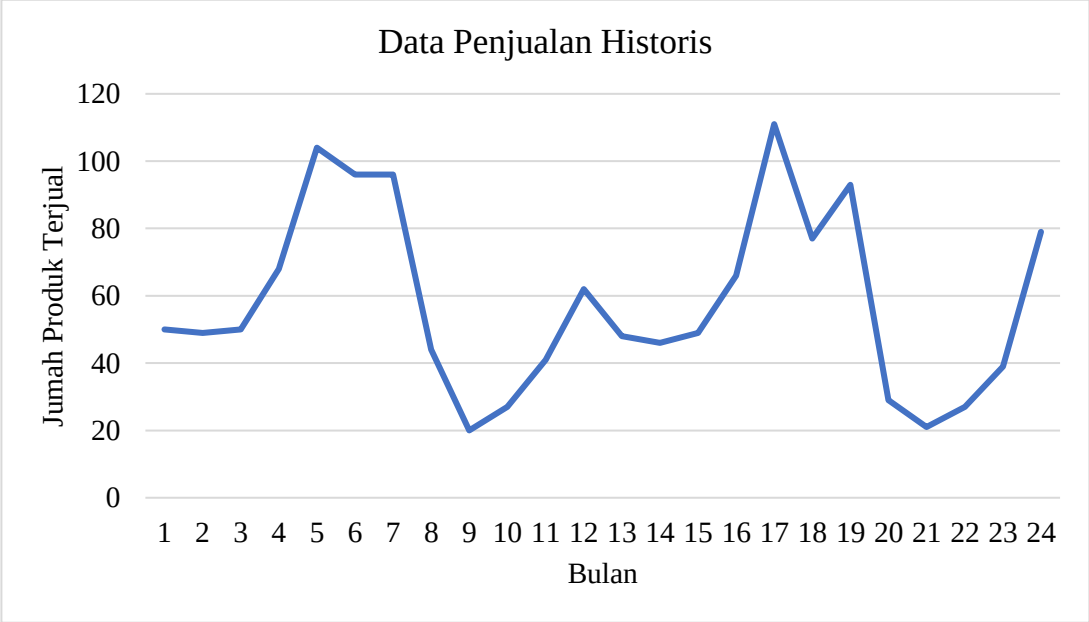
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

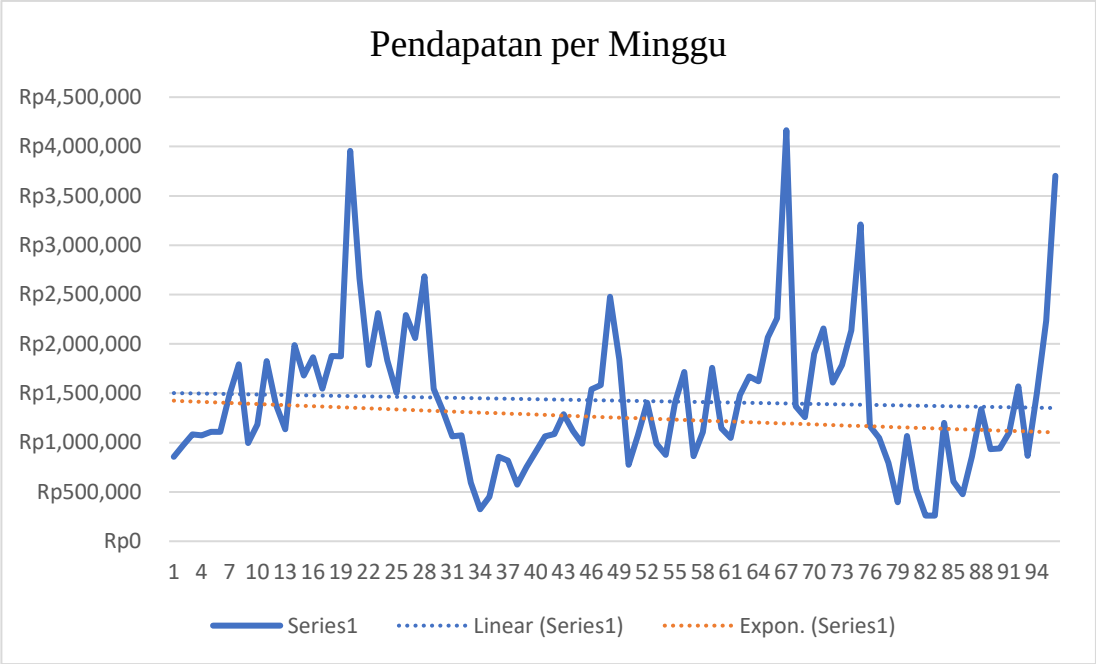
Retail *fashion* muslim yang dikaji merupakan sebuah usaha bisnis yang menjual busana muslim yang berlokasi di Cirebon Superblock, Cirebon, Jawa Barat. Usaha bisnis ini awalnya hanya menjual kembali busana pada *brand* perusahaan lain. Namun sejak tahun 2018 retail ini mulai mengelola *brand* mereka sendiri dan menjual lebih dari lima variasi gamis dengan model yang berbeda di saluran distribusi secara daring maupun luring.

Retail tersebut saat ini sedang menghadapi permasalahan penurunan terhadap keuntungan, dimana menurut pemangku kepentingan dari pihak retail menyatakan bahwa penurunan tersebut tejadi dikarenakan belum adanya standarisasi terhadap harga disaat permintaan bergerak secara fluktuatif. Hal tersebut dapat dikonfirmasi berdasarkan data penjualan historis gamis pada 2 tahun terakhir yang dapat dilihat pada Gambar I.1 menunjukkan fluktuasi terhadap permintaan historis gamis dimana penjualan gamis terbagi menjadi tiga musim yaitu adalah musim rendah, musim sedang, dan musim tinggi



Gambar I.1 Data Penjualan Historis

Pemangku kepentingan pihak retail menyatakan bahwa fluktuasi yang terjadi terhadap permintaan menyebabkan terjadinya tiga musim yang berakibat terhadap penurunan pendapatan. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan grafik pendapatan gamis yang terlampir pada Gambar I.2.

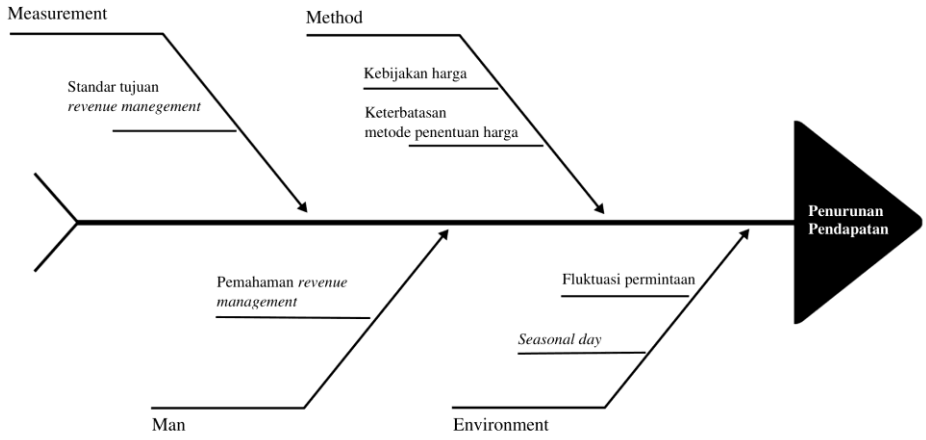


Gambar I.2 Pendapatan per minggu

Gambar I.2 menunjukkan data pendapatan terhadap satu model gamis dalam dua tahun terakhir. Berdasarkan grafik tersebut, terdapat 2 *trendline* yang menunjukkan tren linier (*blue-line*) dan tren eksponensial (*orange-line*) yang masing-masing menunjukkan adanya indikasi terhadap penurunan pendapatan. Hal ini juga menandakan bahwa daya jual gamis pada tahun 2020 menurun.

Menurut Shakya dkk. (2012) terdapat tiga komponen yang membentuk keuntungan penjualan yaitu kuantitas penjualan, harga jual, dan biaya yang dikeluarkan dalam satu produk. Pemangku kepentingan pihak retail menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi penurunan terhadap pendapatan disebabkan oleh sulitnya untuk menentukan standar harga dikarenakan jumlah pembeli yang tidak tentu. Hal ini dapat dikonfirmasi juga jika komponen lain yang dapat memengaruhi penurunan pendapatan

seperti biaya tidak berubah secara signifikan dalam dua tahun terakhir, sehingga margin keuntungan akan disesuaikan berdasarkan biaya produksi gamis. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan penyesuaian terhadap harga jual gamis dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan



Gambar I.3 Fishbone Diagram

Gambar I.3 menunjukkan kerangka permasalahan dalam retail berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan pada Gambar I.1 dan Gambar I.2. Kerangka permasalahan tersebut menunjukkan jika penurunan pendapatan disebabkan oleh kurangnya pemahaman untuk mengimplementasikan *revenue management* sehingga tidak adanya tujuan untuk mengukur jika pendapatan tersebut sudah optimal. Selain itu apabila terjadi permintaan yang tak tentu dan cenderung musiman, pemangku kepentingan sulit untuk menentukan kebijakan harga jual yang optimal, sehingga harga jual aktual yang memengaruhi pendapatan penjualan gamis ditentukan secara intuitif oleh pemangku kepentingan. Pendapatan yang tidak maksimal yang diakibatkan oleh

penentuan harga ini memicu permasalahan terhadap retail. Hal ini mengakibatkan penurunan terhadap keuntungan penjualan tiap gamis yang berkontribusi besar pada keberlangsungan bisnis gamis.

Penelitian kali ini berfokus terhadap peningkatan *revenue* yang menggunakan harga sebagai variabel kontrol. Data yang tersajikan juga membuktikkan adanya tren secara musiman (*seasonal*). Permasalahan pada *retail fashion* ini dapat diselesaikan menggunakan konsep *revenue management* yang mana akan berfokus pada salah satu *pricing strategy* yaitu harga dinamis (*dynamic pricing*) (Chopra & Meindl, 2012). *Revenue Management System* (RMS) pada *retail* adalah sebuah sistem pendukung yang mengimplementasikan metode optimisasi (Mild & Natter, 2010). Tujuan utama dalam menggunakan *Revenue Management System* adalah dapat mengontrol harga atau kapasitas agar mendapat keuntungan yang maksimal (Indreswari & Anggraeni, 2013). Dalam konsep *revenue management*, terdapat *tools* yang dapat digunakan untuk meningkatkan *revenue* yaitu *non-pricing* dan *pricing* (Ivanov, 2014). Pada penelitian ini akan berfokus menggunakan *pricing* sebagai *tools* untuk memaksimalkan keuntungan.

Retail fashion pada umumnya perlu menjual keseluruhan produk yang ada dalam stok di setiap musimnya, dikarenakan beberapa produk yang akan kehilangan nilainya diakhir tahun. Untuk mengatasi terjadinya *overstock* yang akan mengakibatkan menurunnya *revenue*, diperlukan adanya beberapa program seperti diskon pada produk untuk menjual produk tersebut. Dalam hal tersebut diperlukan *dynamic pricing strategy* untuk menentukan harga yang optimal (Huang dkk., 2014). *Dynamic Pricing* adalah sebuah strategi harga yang mana dapat menyesuaikan harga produk atau jasa sesuai dengan permintaan yang telah diketahui di waktu yang berbeda (Shakya dkk., 2012). *Dynamic Pricing* juga efektif untuk digunakan dengan tujuan meningkatkan *revenue* dalam banyak industri yang memiliki tingkat ketidakpastian permintaan yang tinggi, salah satunya seperti *fashion retail* (Dong dkk., 2020). Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa *dynamic pricing* relevan dalam pemecahan masalah ini.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada Subbab 1.1, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah "Bagaimana meningkatkan keuntungan penjualan gamis pada setiap musim di horison perencanaan berdasarkan formulasi model *dynamic pricing*?"

I.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah pada Subbab 1,2, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah "Untuk meningkatkan keuntungan penjualan gamis pada setiap musim di horison perencanaan berdasarkan formulasi *dynamic pricing*"

I.4 Manfaat

Dalam hasil penelitian ini, diharapkan akan memberikan manfaat yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Manfaat penelitian bagi *retail fashion* adalah dapat memberikan informasi mengenai harga optimum pada gamis disetiap musim dengan harapan dapat mengambil keputusan dalam kebijakan harga pada produk gamis
2. Manfaat penelitian bagi peneliti adalah dapat mengetahui konsep kebijakan penentuan harga lebih luas dengan harapan dapat terus mengembangkan penelitian

I.5 Batasan Masalah

Batasan penelitian berfungsi untuk membatasi penelitian yang telah dijelaskan pada rumusan masalah. Berikut merupakan batasan pada penelitian ini.

1. Penelitian hanya melakukan optimasi terhadap pendapatan.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada 1 variasi harga gamis. Batasan ini ditentukan karena terdapat perbedaan harga yang tidak terlalu signifikan antara beberapa gamis.
3. Model yang digunakan tidak mempertimbangkan kondisi eksternal retail. Batasan ini ditentukan karena data yang diperoleh merupakan data internal pada retail

4. Model permintaan yang dibentuk berdasarkan tiga musim yang diklasifikasikan berdasarkan data historis penjualan
5. Usulan penentuan harga dibatasi oleh hasil pengolahan data historis penjualan gamis pada tahun 2019 dan tahun 2020

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang diperlukanya sistem pendukung keputusan pada perusahaan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi identifikasi masalah, pengumpulan dan pengolahan data, perancangan sistem pendukung keputusan, dan analisis serta penarikan kesimpulan.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini dijelaskan proses pengumpulan data yaitu, identifikasi agen, menentukan variabel input dan output, identifikasi atribut agen, identifikai perilaku agen, dan parameterisasi model. Lalu, akan dijelaskan proses pengolahan data membuat influence diagram, proses implementasi, dan pengujian model.

BAB V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan proses analisis dari eksperimen pada model simulasi existing dengan model usulan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari seluruh penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.