

## BAB 7

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1. Kesimpulan

Permasalahan utama pada penelitian ini adalah beberapa produk pada toko mengalami perputaran penjualan yang lambat artinya bahwa beberapa produk dalam satu minggu belum tentu terjual, seperti sabun Lifebuoy, pasta gigi Pepsodent, dan garam Gyuri yang jumlah penjualan setiap bulannya rata-rata hanya di bawah tiga buah. Selain itu didapati peletakan beberapa produk tersebut pada rak tertutupi oleh produk lain. Salah satu penyebab permasalahan utama dapat terjadi adalah penawaran produk lewat *display* kurang informatif dan terdapat tiga alternatif solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada, yaitu melalui metode *category management*, metode *merchandise hierarchy*, dan metode *pareto*.

Untuk melihat apakah permasalahan utama dapat diselesaikan dengan usulan solusi yang ada, dilakukanlah beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Pengimplementasian usulan *display* produk yang dilakukan pada Rak II (4 Tingkat) menghasilkan total penjualan masing-masing produk selama tujuh hari, ada yang sudah mengalami peningkatan meskipun belum secara drastis, seperti produk pasta gigi Pepsodent 225 Gram dan sabun Lifebouy Mild Care 75 Gram yang mengalami peningkatan sebesar satu *pcs* serta sabun Lifebouy Total 10 75 Gram yang mengalami peningkatan sebesar dua *pcs*.
- b. Perhitungan waktu pencarian produk pada penataan *display* lama dan baru menghasilkan selisih waktu pemilik toko sebanyak 408 detik atau 6 menit 8 detik dan karyawan toko sebanyak 781 detik atau 13 menit 2 detik lebih cepat dari penataan *display* lama. Kemudian untuk pembeli memiliki total waktu pencarian produk pada *display* baru sebanyak 609 detik atau 10 menit 15 detik.
- c. Hasil dari presentasi perancangan usulan penataan *display* produk yang dilakukan dengan para *stakeholder* memperlihatkan bahwa keinginan masing-masing *stakeholder* sudah diperhatikan dalam usulan penataan *display* produk, seperti tidak adanya penambahan biaya dan luas toko (keinginan pemilik toko), semua produk yang dijual dapat terlihat pada *display* (keinginan karyawan toko), dan semua produk yang dijual dapat ditata sesuai dengan urutan kepentingan pembeli (keinginan pembeli).

## 7.2. Saran

- a. Penataan *display* produk secara keseluruhan berdasarkan usulan *display* baru dapat segera diimplementasikan, sehingga dapat menarik perhatian pembeli ketika berbelanja di toko kelontong ini dan tentunya dengan usulan *display* produk yang sudah dibuat berdasarkan kontribusi produk dapat meningkatkan penjualan pada toko kelontong ini.
- b. Adanya penambahan label harga produk pada masing-masing rak jika penataan *display* produk sudah diimplementasikan secara keseluruhan, sehingga pembeli yang berbelanja di toko kelontong ini dapat mengetahui harga produk tanpa menanyakan kepada pemilik dan karyawan toko.
- c. Pengecekan stok produk secara berkala dapat segera diimplementasikan, sehingga stok produk pada *display* dapat terkontrol (tidak kekurangan atau tidak kelebihan stok). Pengecekan stok pada masing-masing produk dapat dilakukan secara rutin sesuai dengan perhitungan yang sudah dilakukan, yaitu setiap dua minggu sekali, kecuali seminggu sekali untuk produk beras dan telur serta dua hari sekali untuk produk galon.
- d. Jika dilihat dari hasil implementasi, penataan *display* produk dapat memberikan peluang dalam meningkatkan perputaran penjualan produk (meskipun belum secara drastis) dan dapat mempercepat waktu pencarian produk. Oleh karena itu, agar perputaran penjualan produk dapat benar-benar meningkat, maka perlu memperhatikan ketiga penyebab permasalahan lainnya, seperti membuat perhitungan stok produk, memaksimalkan kemampuan penjualan produk yang dilakukan oleh karyawan toko, dan melihat persaingan antar produk yang dijual pada toko kelontong ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzalita, W.R., 2014, Pengaruh Penataan (*Display*) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Buah Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru.
- Afrianti, N., 2021, Pengaruh *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tevina Mart Ukui 1 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru.
- Asana, I. M. D. P., Radhitya, M. L., Widiartha, K. K., Santika, P. P., & Wiguna, I. K. A. G., 2020, Inventory Control Using ABC and Min-Max Analysis on Retail Management Information System, *Journal of Physics : Conference Series*, pp. 1-10.
- Bergsma, E., 2014, *Planogram Data Requirements*, Global Retail Business Solutions, Grez-Doiceau.
- Faithoni, A., 2017, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada *Showroom* Mobil Modern Motor Bandar Lampung Tahun 2012-2016), Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Hamid, E., 2020, Analisis Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada PT. Gudang Garam Tbk. yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Proaksi*, 1(2), pp. 15-24.
- Hartanto, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk, Periklanan, dan Harga terhadap Volume Penjualan pada *Onsight Outdoor Equipment* Solo, Skripsi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Haryanto, R., Octavia, T., dan Sugianto, R., 2018, Pengaruh Peletakan Display Produk Berdasarkan Prinsip 5R dan Planogram terhadap Peningkatan Penjualan : Studi Kasus pada Ritel X di Lamongan, *Jurnal Titra*, 6(2), pp. 385-392.
- Hudzaifah, A., 2015, Analisis Optimalisasi Persediaan dengan Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ), *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya*, 2(2), pp. 37-48.

Indah, S., 2019, *Studi Persaingan Usaha Toko Ritel Tradisional dan Toko Ritel Modern di Desa Sungai Danau Kecamatan Satui Kabupaten Tanah Bumbu Kalsel, Skripsi pada Program Studi Pengembangan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.*

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat, [https://www.academia.edu/10261502/KEPUTUSAN\\_MENTERI\\_KESEHATAN\\_REPUBLIK\\_INDONESIA\\_NOMOR\\_519\\_MENKES\\_SK\\_VI\\_2008\\_TENTANG\\_PEDOMAN\\_PENYELENGGARAAN\\_PASAR\\_SEHAT\\_MENTERI\\_KESEHATAN\\_REPUBLIK\\_INDONESIA](https://www.academia.edu/10261502/KEPUTUSAN_MENTERI_KESEHATAN_REPUBLIK_INDONESIA_NOMOR_519_MENKES_SK_VI_2008_TENTANG_PEDOMAN_PENYELENGGARAAN_PASAR_SEHAT_MENTERI_KESEHATAN_REPUBLIK_INDONESIA), diakses tanggal 14 Mei 2022.

Larson, R., 2005, Making Category Management More Pratical, *Journal of Food Distribution Research*, 36(1), pp. 102-104.

Leolita, L., 2012, Perancangan Layout Toko dan Planogram pada Rak 16 di Unit Swalayan Koperasi Wanita, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 1(6), pp. 1-7.

Levy, M., dan Weitz, B. A., 2012, *Retailing Management*, McGraw-Hill Irwin, America : New York.

Lusiani, M., 2013, Pengalokasian Produk pada Ruang Rak Displai Gerai Minimarket menggunakan Multilevel Association Rules, *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 6(1), pp. 1-12.

Martec International, 2020, World-leading Retail Training Provider – Online Consumer Goods and Retail Training from Martec International Ltd, <https://www.martec-international.com/>, diakses pada tanggal 19 Novemeber 2020.

Masnur, A., 2015, Analisa Data Mining Menggunakan Market Basket Analysis Untuk Mengetahui Pola Beli Konsumen, *Sains dan Teknologi Informasi (SATIN)*, 2(1), pp. 32-40.

Oldrini, C., 2017, *The Perfect Planogram*, IPSOS, pp. 1-8.

Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Tahun 2008 tentang Tata Cara Pemberian Simbol dan Label Bahan Berbahaya dan Beracun, [http://dlh.binjaikota.go.id/wp-content/uploads/2018/05/IND-PUU-7-2008-Permen-LH-No.3-th-2008-SIMBOL-DAN-LABEL\\_Combine.pdf](http://dlh.binjaikota.go.id/wp-content/uploads/2018/05/IND-PUU-7-2008-Permen-LH-No.3-th-2008-SIMBOL-DAN-LABEL_Combine.pdf), diakses tanggal 20 Mei 2022.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, <https://jdih.bumn.go.id/lihat/PP%20Nomor%2022%20Tahun%202021#:~:text=PP%20Nomor%2022%20Tahun%202021%20tanggal%2002%20Pebruari%202021%2C%20tentang,Perlindungan%20dan%20Pengelolaan%20Lingkungan%20Hidup>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

Peter, J. P., dan Olson J. C., 2010, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Edisi 9, p. 202, McGraw-Hill Irwin, America : New York.

- Pradhan, S., 2009, *Retailing Management Text & Cases* (3th ed.), The McGraw-Hill Offices, New Delhi.
- Prasetiyo, H., 2013, Pengaruh Promosi Penjualan dan Periklanan terhadap Volume Penjualan Jenang pada Perusahaan Jenang Krasikan Kelapa Manis di Sukoharjo, Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratama, R., 2012, Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk, dan Periklanan terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla di Kota Makassar, Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.
- Pruwati, A., Widiati, H., dan Rachmadanie, G., D., 2019, Analisis Sistem Informansi Akuntansi Persediaan Barang pada PT. MNC Vision Tbk. (Cabang Tegal), Makalah pada Program Studi Sistem Akuntansi, DIII Politeknik Harapan Bersama Tegal.
- Rashid, S., 2010, *Category Management The Effective Way of Managing Retail Business*, Tesis pada The Swedish School of Textiles, University of Borås.
- Ray, R., 2010, *Supply Chain Management for Retailing*, New Delhi : Tata McGraw Hill.
- Rook, D. W., 1987, The Buying Impulse, *Journal of Consumer Research*, 14(2), pp. 189-197.
- Sopiah, dan Syihabuddin, (2008), *Retail Business Management*, p. 238, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sulfiana, 2020, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar, Skripsi pada Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Supatra, M. I., dan Retnawati, B. B., 2009, Pengaruh Tanggapan Konsumen terhadap Ritel Modern Baru 2010 di Kota Semarang terhadap Perubahan Perilaku Pembelian (Studi Perempuan Pekerja di Semarang), *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), pp. 130-138.
- Tompkins, dkk, 2010, *Facilities Planning*, John Wiley & Sons, United States.
- Trisnawati, K. I., 2014, Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan pada CU. Mura Kopa di Kecamatan Sekayam Kabupaten Sanggau, Skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi BKK Koperasi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Trisnawati, M.M., 2009, Analisis Perputaran Modal Kerja dan Pengaruhnya terhadap Rentabilitas Ekonomi, Skripsi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, <https://jdih.bumn.go.id/lihat/UU%20Nomor%208%20Tahun%201999>, diakses tanggal 14 Mei 2022.

Wignjosoebroto, S., 2009, Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Bahan, Guna Widya, Surabaya.

Wilujeng, F. R., Wu, W., dan Nurprihatin, F., 2018, Perancangan Ulang Tata Letak Etalase Barang dengan Metode Market Basket Analysis dan Activity Relationship Chart (Studi Kasus Retail Lawson Universitas Bunda Mulia), Prosiding SENDI\_U, pp. 15-20.

Wulandari, H. N., dan Rahayu. N. W., 2014, Pemanfaatan Algoritma Apriori untuk Perancangan Ulang Tata Letak Barang di Toko Busana, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi (SNATI), pp. 33-38.

Wulansari, D., 2016, Sistem Pengendalian Persediaan Stok Barang Menggunakan Metode Double Exponential Smoothing dan Economy Order Quantity (EOQ) (Studi Kasus UD. Jasmine), Skripsi pada Program Studi Sistem Informasi, Universitas Jember.



## LAMPIRAN

[170609203 Tania Felicia Alexandra Lampiran Tugas Akhir.docx](#)

