

**PERANCANGAN *PLANOGRAM* BERDASARKAN  
*MERCHANDISE HIERARCHY* DAN *CATEGORY*  
*MANAGEMENT* DI RITEL X**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



**VICTOR ARIF KURNIAWAN**

**13 06 07200**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2017**

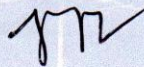
**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir berjudul  
**PERANCANGAN *PLANOGRAM* BERDASARKAN *MERCHANDISE*  
*HIERARCHY* DAN *CATEGORY MANAGEMENT* DI RITEL X**

yang disusun oleh  
Victor Arif Kurniawan  
13 06 07200


Dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 21 Juni 2017

Dosen Pembimbing 1,



Ririn Diar Astanti, M.MT., Dr. Eng.

Tim Penguji,  
Penguji 1,



Ririn Diar Astanti, M.MT., Dr. Eng.

Penguji 2,



V. Ariyono, S.T., M.T.

Penguji 3,



D.M. Ratna Tungga Dewa, S.Si, M.T.

Yogyakarta, 21 Juni 2017

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,



FAK  
TEKNOLOGI  
INDUSTRI

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc.

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Victor Arif Kurniawan

NPM : 13 06 07200

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Perancangan *Planogram* Berdasarkan *Merchandise Hierarchy* dan *Category Management* di Ritel X” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2016/2017 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 07 Juni 2017

Yang menyatakan,

Victor Arif Kurniawan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena berkat-Nya yang tak berkesudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Teknik Industri pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Teguh Siswantoro, M.Sc selaku dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak V. Ariyono, S.T, M.T. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Ririn Diar Astanti, D.Eng. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberi petunjuk dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
4. Ibu Dewi yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Ritel X.
5. Mamah, Papah, Adik, dan Songtiana yang memberikan dukungan doa dan meteri dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.
6. Food Hunter, Kelompok 23 KKN 70, dan teman-teman Teknik Industri 2013 yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, oleh karena ini kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan

Penulis berharap penulisan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi dunia industri dan juga bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 07 Juni 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Batasan Masalah.....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA &amp; DASAR TEORI.....</b>	<b>4</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	4
2.1.1. <i>Category Management</i> .....	4
2.1.2. <i>Planogram</i> .....	5
2.2. Dasar Teori.....	6
2.2.1. <i>Merchandise Hierarchy</i> .....	6
2.2.2. <i>Category Management</i> .....	8
2.2.3. <i>Planogram</i> .....	9
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>12</b>
3.1. Tahapan Penelitian.....	12
3.1.1. Observasi Awal.....	12
3.1.2. <i>Merchandise Hierarchy</i> .....	12
3.1.3. <i>Category Management</i> dan Perancangan <i>Planogram</i> .....	12
3.1.4. Analisis.....	13

3.1.5. Kesimpulan.....	13
<b>BAB 4 OBSERVASI AWAL.....</b>	<b>15</b>
4.1. Obyek Penelitian.....	15
4.2. Identifikasi Masalah.....	17
<b>BAB 5 <i>MERCHANDISE HIERARCHY</i>.....</b>	<b>19</b>
5.1. <i>Merchandise Hierarchy</i> .....	19
5.1.1. Analisis Gap Antara <i>Merchandise Hierarchy</i> dan Keadaan Aktual Ritel X.....	30
<b>BAB 6 <i>CATEGORY MANAGEMENT &amp; PERANCANGAN PLANOGRAM</i>.....</b>	<b>44</b>
6.1. <i>Category Management</i> .....	44
6.2. Perancangan <i>Planogram</i> .....	57
6.2.1. Data Dimensi Produk dan Rak Penempatan Produk.....	58
6.2.2. Data Penjualan.....	71
6.2.3. Data Pembelian.....	74
6.2.4. <i>Margin Profit</i> .....	74
6.2.5. <i>Software Smart Draw 2012</i> .....	92
6.2.6. Hasil Rancangan <i>Planogram</i> .....	95
6.2.7. Hasil <i>Planogram</i> Berdasarkan Kategori Produk.....	108
6.3. Analisis <i>Planogram</i> .....	114
6.3.1. <i>Planogram</i> Kemeja Batik.....	114
6.3.2. <i>Planogram</i> Sprei.....	114
6.3.3. <i>Planogram</i> Blus Batik.....	115
6.3.4. <i>Planogram</i> Bed Cover.....	115
6.3.5. <i>Planogram</i> Baju Anak Perempuan.....	115
6.3.6. <i>Planogram</i> Selimut.....	116
6.3.7. <i>Planogram</i> Baju Anak Laki-Laki.....	116
6.3.8. <i>Planogram</i> Daster.....	116
6.3.9. <i>Planogram</i> Sarung.....	116
6.3.10. <i>Planogram</i> Kaset.....	117
6.4. Analisis Kendala Implementasi Usulan <i>Planogram</i> .....	117
6.5. Analisis Dampak Perancangan <i>Planogram</i> Terhadap Kapasitas Ritel.....	117

<b>BAB 7 IMPLEMENTASI.....</b>	<b>121</b>
<b>BAB 8 KESIMPULAN.....</b>	<b>122</b>
<b>8.1. Kesimpulan.....</b>	<b>122</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>124</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Sprei	20
Tabel 5.2. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Bed Cover	22
Tabel 5.3. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Selimut	23
Tabel 5.4. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Kemeja Batik	24
Tabel 5.5. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Blus Batik	25
Tabel 5.6. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Daster	26
Tabel 5.7. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Baju Anak Laki-Laki	27
Tabel 5.8. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Baju Anak Perempuan	28
Tabel 5.9. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Sarung	29
Tabel 5.10. Alternatif <i>Merchandise Hierarchy</i> Keset	30
Tabel 5.11. Analisis <i>Gap</i>	32
Tabel 6.1. <i>Category Management</i> Sprei	44
Tabel 6.2. <i>Category Management</i> Bed Cover	48
Tabel 6.3. <i>Category Management</i> Selimut	49
Tabel 6.4. <i>Category Management</i> Kemeja Batik	50
Tabel 6.5. <i>Category Management</i> Blus Batik	52
Tabel 6.6. <i>Category Management</i> Daster	54
Tabel 6.7. <i>Category Management</i> Baju Anak Laki-Laki	55
Tabel 6.8. <i>Category Management</i> Baju Anak Perempuan	55
Tabel 6.9. <i>Category Management</i> Sarung	56
Tabel 6.10. <i>Category Management</i> Keset	57
Tabel 6.11. Dimensi <i>Packaging</i> Sprei	63
Tabel 6.12. Dimensi <i>Packaging</i> Bed Cover	64
Tabel 6.13. Dimensi <i>Packaging</i> Selimut	64



Tabel 6.14. Dimensi Kemeja Batik	65
Tabel 6.15. Dimensi Blus Batik	66
Tabel 6.16. Dimensi Daster	66
Tabel 6.17. Dimensi Baju Anak Laki-Laki	67
Tabel 6.18. Dimensi Baju Anak Perempuan	67
Tabel 6.19. Dimensi Sarung	68
Tabel 6.20. Dimensi Keset	68
Tabel 6.21. Dimensi Rak Kemeja Batik	69
Tabel 6.22. Dimensi Rak Blus Batik	69
Tabel 6.23. Dimensi Rak Daster	69
Tabel 6.24. Dimensi Rak Baju Anak Laki-Laki	70
Tabel 6.25. Dimensi Rak Baju Anak Perempuan	70
Tabel 6.26. Dimensi Rak Sarung	70
Tabel 6.27. Dimensi Rak Keset	70
Tabel 6.28. Data Penjualan Oktober 2016	71
Tabel 6.29. Data Penjualan November 2016	71
Tabel 6.30. Data Penjualan Desember 2016	72
Tabel 6.31. Data Penjualan Januari 2017	72
Tabel 6.32. Data Penjualan Februari 2017	73
Tabel 6.33. Data Penjualan Maret 2017	73
Tabel 6.34. <i>Margin Profit</i> Produk	75
Tabel 6.35. Rekap <i>Margin Profit</i> Produk	91
Tabel 6.36. Keterangan Produk Kemeja Batik	97
Tabel 6.37. Keterangan Produk Sprei	98
Tabel 6.38. Keterangan Produk Blus Batik	100
Tabel 6.39. Keterangan Produk <i>Bed Cover</i>	101

Tabel 6.40. Keterangan Produk Baju Anak Perempuan	103
Tabel 6.41. Keterangan Produk Selimut	104
Tabel 6.42. Keterangan Produk Baju Anak Laki-Laki	105
Tabel 6.43. Keterangan Produk Daster	106
Tabel 6.44. Keterangan Produk Sarung	107
Tabel 6.45. Perbandingan Kapasitas Sebelum & Setelah Perancangan <i>Planogram</i>	118

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh <i>Merchandise Hierarchy</i>	8
Gambar 2.2. Contoh <i>Merchandise Hierarchy</i>	8
Gambar 2.3. Contoh <i>Desain Planogram</i>	10
Gambar 2.4. Contoh <i>Desain Planogram</i> Produk Tekstil	10
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian	14
Gambar 4.1. Toko X Cabang Pusat Grosir Solo (PGS)	16
Gambar 4.2. Toko X Cabang Beteng Trade Center (BTC)	16
Gambar 5.1. Template Wawancara <i>Merchandise Hierarchy</i>	19
Gambar 5.2. Template Wawancara <i>Merchandise Hierarchy</i>	20
Gambar 5.3. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Sprei	21
Gambar 5.4. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk <i>Bed Cover</i>	22
Gambar 5.5. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Selimut	23
Gambar 5.6. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Kemeja Batik	24
Gambar 5.7. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Blus Batik	25
Gambar 5.8. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Daster	26
Gambar 5.9. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Baju Anak Laki-Laki	27
Gambar 5.10. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Baju Anak Perempuan	28
Gambar 5.11. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Sarung	29
Gambar 5.12. <i>Merchandise Hierarchy</i> Produk Kaset	30
Gambar 6.1. Pengukuran Kemeja Batik	58
Gambar 6.2. Pengukuran Kemeja Batik	59
Gambar 6.3. Pengukuran Blus Batik	59
Gambar 6.4. Pengukuran Blus Batik	59
Gambar 6.5. Pengukuran Baju Anak Perempuan	60

Gambar 6.6. Pengukuran Baju Anak Laki-Laki	60
Gambar 6.7. Pengukuran Sprei	60
Gambar 6.8. Pengukuran Sprei	61
Gambar 6.9. Pengukuran <i>Bed Cover</i>	61
Gambar 6.10. Pengukuran <i>Bed Cover</i>	61
Gambar 6.11. Pengukuran Selimut	62
Gambar 6.12. Pengukuran Selimut	62
Gambar 6.13. Pengukuran Sarung	62
Gambar 6.14. Tampilan <i>Software Smart Draw 2012</i>	93
Gambar 6.15. Proses Pembuatan <i>Planogram</i> (1)	93
Gambar 6.16. Proses Pembuatan <i>Planogram</i> (2)	94
Gambar 6.17. <i>Planogram</i> Kemeja Batik (1)	95
Gambar 6.18. <i>Planogram</i> Kemeja Batik (2)	95
Gambar 6.19. <i>Planogram</i> Kemeja Batik (3)	96
Gambar 6.20. <i>Planogram</i> Kemeja Batik (4)	96
Gambar 6.21. <i>Planogram</i> Kemeja Batik (5)	97
Gambar 6.22. <i>Planogram</i> Sprei	98
Gambar 6.23. <i>Planogram</i> Blus Batik (1)	99
Gambar 6.24. <i>Planogram</i> Blus Batik (2)	100
Gambar 6.25. <i>Planogram</i> Blus Batik (3)	100
Gambar 6.26. <i>Planogram Bed Cover</i>	101
Gambar 6.27. <i>Planogram</i> Baju Anak Perempuan	102
Gambar 6.28. <i>Planogram</i> Selimut	103
Gambar 6.29. <i>Planogram</i> Baju Anak Laki-Laki	105
Gambar 6.30. <i>Planogram</i> Daster	106
Gambar 6.31. <i>Planogram</i> Sarung	107

Gambar 6.32. <i>Planogram</i> Keset	108
Gambar 6.33. <i>Planogram</i> Kategori A	109
Gambar 6.34. <i>Planogram</i> Kategori B (1)	110
Gambar 6.35. <i>Planogram</i> Kategori B (2)	111
Gambar 6.36. <i>Planogram</i> Kategori C	112
Gambar 6.37. <i>Planogram</i> Kategori D dan E	113
Gambar 6.38. Tata Letak Ritel Sebelum Rancangan <i>Planogram</i>	119
Gambar 6.39. Tata Letak Ritel Setelah Rancangan <i>Planogram</i>	120

## INTISARI

Penelitian dilakukan di Ritel X yang menjual produk-produk tekstil garmen seperti kemeja batik, blus batik, daster, baju anak laki-laki, baju anak perempuan dan sarung serta produk tekstil rumah tangga seperti sprei, selimut dan *bed cover*. Berdasarkan observasi yang dilakukan, produk-produk di Ritel X tidak tertata dengan baik dan belum melakukan perancangan tampilan produk yang mengakibatkan sulitnya menemukan produk-produk yang diinginkan konsumen. Peneliti akan membuat rancangan *planogram* berdasarkan *category management* dan *merchandise hierarchy* dari produk-produk yang ada di Ritel X. Pembuatan kategori produk dalam *category management* digunakan untuk mengetahui keseluruhan *stock keeping unit* dari produk-produk di Ritel X yang harus dirancang dalam *planogram*. Penetapan *merchandise hierarchy* dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan para konsumen di Ritel X. Selain *category management* dan *merchandise hierarchy* dalam merancang *planogram* juga mempertimbangkan *margin profit* produk-produk. Hasil perancangan *planogram* diharapkan akan memberi dasar dalam menata tampilan produk di Ritel X agar lebih menarik minat konsumen dan meningkatkan *profit* penjualan.

Kata Kunci : Ritel, *Merchandise Hierarchy*, *Category Management*, *Planogram*