

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, akan diberikan penjelasan mengenai kesimpulan dari penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dan juga saran yang diberikan untuk pemilik toko sehingga dapat membantu pembuatan keputusan pada toko tersebut.

6.1. Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan dari analisis terhadap produk konsinyasi yang ada di toko oleh-oleh Ny.Pang:

- a. Dari 22 produk konsinyasi yang dijual, produk yang layak untuk dipertahankan dijual pada toko tersebut berdasarkan hasil analisis menggunakan 3 metode adalah Aneka macam Roti Delima, Es Blok/ Lilin Muntilan, Moci OKI, Aneka Kripik NISA, Ting-ting OKI, Brownis keisya, Permen Tape, Bakpia 88, Wingko Nikibaru, Wingko Berkah, Yangko Rima, Dodol Pisang, Dodol Salak, Bakpia 118 aneka rasa, Yangko Berkah, Getuk Lindri, Dodol Tape, dan Aneka Timus Bu Dul.
- b. Produk yang tidak layak untuk dipertahankan dijual pada toko tersebut berdasarkan hasil analisis menggunakan 3 metode adalah Yangko Aneka Rasa, Dodol Sirsak, Cireng Crispy, dan Kecap Kupat Tahu.

6.2. Saran

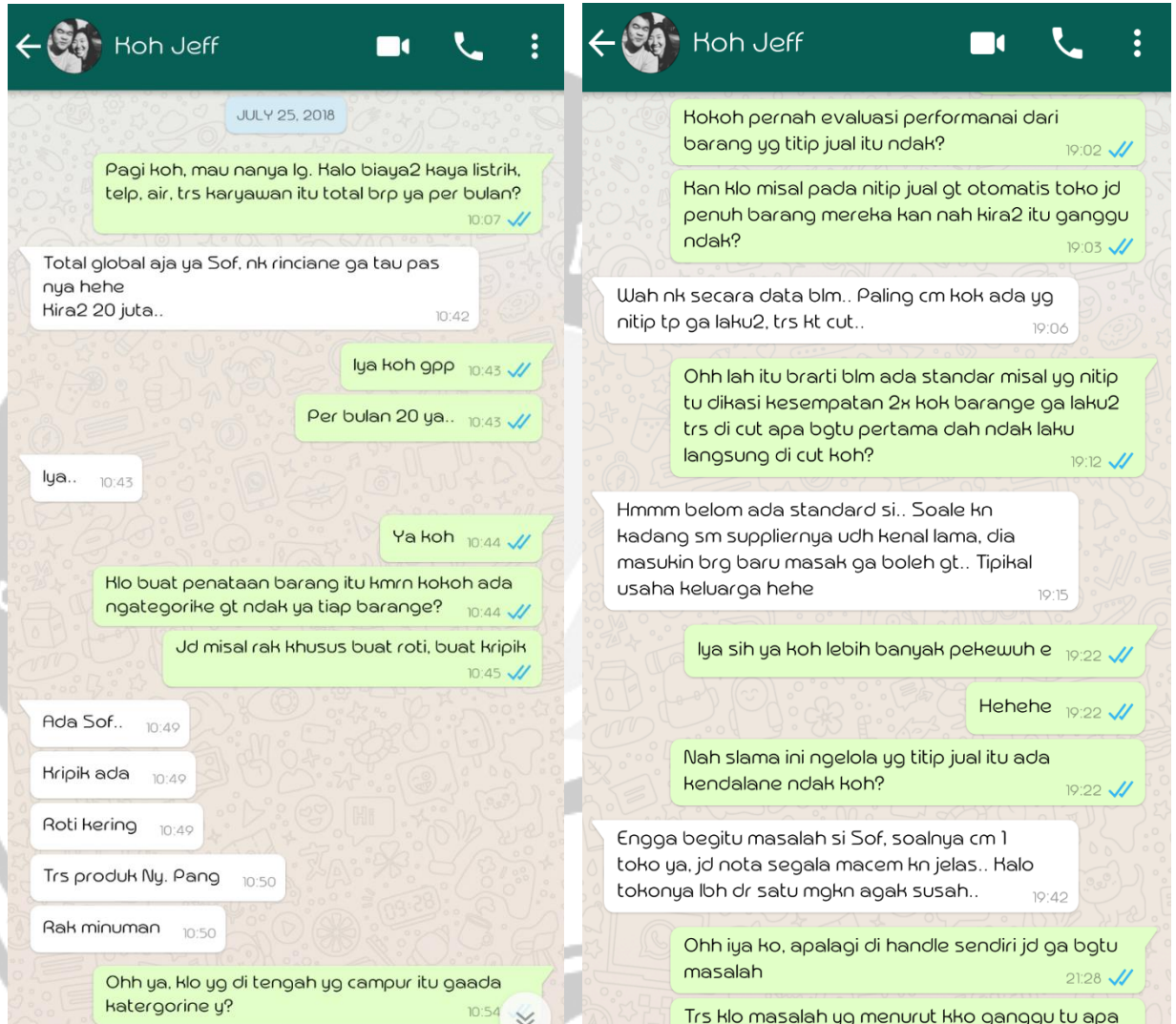
Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah data yang dianalisis akan lebih baik jika merupakan data transaksi selama 6 bulan dan analisis dilakukan untuk seluruh produk yang ada di toko sehingga dapat terlihat pendapatan, keuntungan dan kerugian dari toko.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (1997). *Pokok-pokok Akuntansi Keuangan Lanjutan 1*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Dujak, D., Kresoja, M., & Franjkovic, J. (2016). A Comparative Analysis of Retailers In The Subcategory of Pickled And Preserved Vegetables. *Space Management In Category Management, Volume 21*, 1-16.
- Irion, J., Lu, J.-C., Al-Khayyal, F., & Tsao, Y.-C. (2012). A piecewise linearization framework for retail shelf space management models. *European Journal of Operational Research, Volume 222*, 122-136.
- Jain, K., & Agarwal, L. (1980). *Production Planning Control and Industrial Management*. New Delhi: Khanna Publish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Levy, & Weitz. (2007). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Lim, A., Zhan, Q., & Rodrigues, B. (2002). A Heuristic for Shelf-space Decision Support in the Retail Industry. *AMERICAS CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS (AMCIS)*, 183-192.
- Ma'aruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nogales, A. F., & Suarez, M. G. (2005). Shelf space management of private labels:a case study in Spanish. *Retailing And Consumer Service, Volume 12*, 205-216.
- Pendidikan, I. D. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ramaseshan, B., Achuthan, N. R., & Collinson, R. (2008). Decision Support Tool For Retail Shelf Space. *International Journal of Information Technology & Decision Making, Volume 7*, 547-565.
- Ray, R. (2010). *Supply Chain Management for Retailing*. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited.
- Simamora. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Teunter, R. H. (2010). ABC Classification : Service Levels and Inventory Costs. *Production and Operations Management, Volume 19*, 343–352.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Widayat, U., & Wibowo, S. (1999). *Akuntansi Penjualan Angsuran dan Kosinyasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Zakaria, T. M., & Michael, S. T. (2009). Sistem Analisis Pergerakan Barang Fashion Pada PT X. *Jurnal Sistem Informasi, Volume 4* , 195-207.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Toko



Lampiran 2. Gambar Rak Toko



Lampiran 3. Gambar Rak Toko



Lampiran 4. Gambar Rak Toko



Lampiran 5. Gambar Rak Toko

