

**USULAN *PRODUCT ASSORTMENT* PADA RITEL X  
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**TUGAS AKHIR**

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



**Tan Ian Yulianto Soerja**

**17 06 09380**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul  
USULAN *PRODUCT ASSORTMENT* PADA RITEL X  
PADA MASA PANDEMI COVID-19

yang disusun oleh  
Tan Ian Yulianto Soerja  
17 06 09380

Dinyatakan telah memenuhi syarat untuk ujian pendadaran pada tanggal

Semarang, 19 April 2021  
Menyetujui  
Dosen Pembimbing I

Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D. Eng

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tan Ian Yulianto Soerja

NPM : 1706 09380

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "*Usulan Product Assortment Pada Ritel X Pada Masa Pandemi Covid-19*" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2020/2021 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.

Semarang, 19 April 2021

Yang menyatakan,



Tan Ian Yulianto Soerja

## KATA PENGANTAR

Dengan ini penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasihnya penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Usulan *Product Assortment* Pada Ritel X Pada Masa Pandemi Covid-19”. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Teknik pada Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penulisan Tugas Akhir ini penulis dapat menyelesaikan dengan baik, berkat bantuan, dukungan serta doa yang terus mengalir kepada penulis. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, selaku Rektor dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., Dr. Eng. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan saran, dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
3. Bapak Kurniawan Santoso, selaku pemilik dari Ritel X.
4. Bapak Iwan Santoso, selaku penanggung jawab dari Ritel X yang telah bersedia menjadi narasumber dan membantu memberikan penulis data yang diperlukan.
5. Semua responden yang telah bersedia mengisi kuesioner.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan yang ada dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis terbuka dengan adanya segala saran dan kritik yang dapat membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terima kasih

## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar isi	v
	Daftar Tabel	vii
	Daftar Gambar	viii
	Intisari	xiii
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	6
3	Metodologi Penelitian	17
	3.1. Profil Objek dan Gambaran Sistem	17
	3.2. Tahapan Penelitian	18

4.	Pengambilan Data	26
4.1.	Perancangan Instrumen Pengambilan Data	26
4.2.	Pengambilan Data	31
5.	Penentuan Kategori <i>Fast Moving</i> dan <i>Slow Moving</i>	36
5.1.	Kategori Produk	36
5.2.	Klasifikasi ABC	37
6.	Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen sebelum dan ketika Pandemi	47
6.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
6.2.	Analisis Perubahan Perilaku Konsumen	48
7.	Usulan Perubahan <i>Product Assortment</i>	79
7.1.	Analisis Hasil Kuesioner Dengan Klasifikasi ABC	79
7.2.	Diskusi Dengan Pemilik Ritel X	80
7.3.	Usulan dan Saran Perbaikan	81
8.	Kesimpulan dan Saran	99
8.1.	Kesimpulan	99
8.2.	Saran	99
	Daftar Pustaka	100
	Lampiran	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Panjang Dan Lebar Lini Produk Untuk <i>Procter &amp; Gamble</i> Dengan Tahun Perkenalan (Kotler dkk, 2016)	11
Tabel 4.1.	<i>Form</i> Pengumpulan Data Penjualan	26
Tabel 4.2.	<i>Form</i> Pengumpulan Data Produk Yang Dijual	27
Tabel 4.3.	Rancangan Penyebaran Kuesioner Responden Masyarakat Produktif	28
Tabel 4.4.	Rancangan Penyebaran Kuesioner Responden Konsumen Ritel X	28
Tabel 4.5.	Rancangan Pembuatan Kuesioner	30
Tabel 4.6.	Data Penjualan Ritel X Bulan Mei 2020	32
Tabel 4.7.	Data Produk Yang Dijual	33
Tabel 4.8.	Hasil Rancangan Kuesioner Responden Masyarakat Usia Produktif	34
Tabel 4.9.	Hasil rancangan Kuesioner Responden Konsumen Ritel X	34
Tabel 5.1.	Kategori Produk Pada Ritel X	36
Tabel 5.2.	Data Pendapatan Tiap Kategori Sebelum Pandemi Covid-19	38
Tabel 5.3.	Klasifikasi ABC Kategori Sebelum Pandemi Covid-19	40
Tabel 5.4.	Klasifikasi ABC Kategori Sebelum Pandemi Covid-19	42
Tabel 5.5.	Klasifikasi ABC Kategori Ketika Terjadinya Pandemi Covid-19	44
Tabel 6.1.	Hasil Pengujian Validitas	47
Tabel 6.2.	Hasil Pengujian Reliabilitas	48
Tabel 7.1.	Pendapatan 10 Produk Terlaris Selama Pandemi Covid-19	82
Tabel 7.2.	Pendapatan 10 Produk Paling Tidak Laris Selama Pandemi Covid-19	82
Tabel 7.3.	Perhitungan Perkiraan Jumlah Pembelian Ulang Pada Ritel X Pada Masa Pandemi Covid-19	94
Tabel 7.4.	Usulan <i>Product Assortment</i> Ritel X Pada Masa Pandemi Covid-19	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Berpikir Ritel Pada Masa Pandemi (Astanti dan Ai, 2020)	7
Gambar 2.2.	Model Belanja dan Pembelian Konsumen (Dunne dkk, 2014)	9
Gambar 2.3.	Ilustari <i>Central Limit Theorem</i> (Walpole dkk. 2012)	15
Gambar 3.1.	Diagram Alir Penelitian Pendahuluan	18
Gambar 3.2.	Diagram Alir Aktivitas Pengambilan Data	20
Gambar 3.3.	Diagram Alir Pembuatan Kategori Produk <i>Fast</i> dan <i>Slow Moving</i>	22
Gambar 3.4.	Diagram Alir Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen	23
Gambar 3.5.	Diagram Alir Usulan Perubahan <i>Product Assortment</i>	24
Gambar 3.6.	Diagram Alir Hasil Usulan <i>Product Assortment</i>	25
Gambar 6.1.	<i>Bar Chart</i> Umur Responden	49
Gambar 6.2.	<i>Bar Chart</i> Gender Responden	50
Gambar 6.3.	<i>Bar Chart</i> Sebaran Provinsi Responden	50
Gambar 6.4.	<i>Bar Chart</i> Sebaran Pekerjaan Responden	51
Gambar 6.5.	<i>Bar Chart</i> Umur Responden Konsumen Ritel X	52
Gambar 6.6.	<i>Bar Chart</i> Gender Responden Konsumen Ritel X	52
Gambar 6.7.	<i>Bar Chart</i> Sebaran Pekerjaan Responden Konsumen Ritel X	53
Gambar 6.8.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Variasi Produk Pertanyaan Pertama	54
Gambar 6.9.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Variasi Produk Pertanyaan Kedua	55
Gambar 6.10.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Variasi Produk Oleh Konsumen Ritel X Pertanyaan Pertama	55
Gambar 6.11.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Variasi Produk Oleh Konsumen Ritel X Pertanyaan Kedua	56
Gambar 6.12.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	57

Gambar 6.13.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	57
Gambar 6.14.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	58
Gambar 6.15.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	59
Gambar 6.16.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	59
Gambar 6.17.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Tampilan Suatu Toko Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	60
Gambar 6.18.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	61
Gambar 6.19.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	62
Gambar 6.20.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	62
Gambar 6.21.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	63
Gambar 6.22.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	64
Gambar 6.23.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Pertimbangan Sebelum Membeli Produk Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	64

Gambar 6.24.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	66
Gambar 6.25.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	66
Gambar 6.26.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	67
Gambar 6.27.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	68
Gambar 6.28.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	68
Gambar 6.29.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Media Berbelanja Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	69
Gambar 6.30.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	70
Gambar 6.31.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	71
Gambar 6.32.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	71
Gambar 6.33.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	72
Gambar 6.34.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	73
Gambar 6.35.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Frekuensi Pembelian alat Tulis Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	73

Gambar 6.36.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	75
Gambar 6.37.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	75
Gambar 6.38.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Daring	76
Gambar 6.39.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Sebelum Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	76
Gambar 6.40.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Ketika Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	77
Gambar 6.41.	<i>Pie Chart</i> Hasil Kuesioner Aspek Cara Pembelian alat Tulis Setelah Pandemi Covid-19 Penyebaran Secara Langsung	78
Gambar 7.1.	<i>Scatter Plot</i> Produk Mainan	83
Gambar 7.2.	<i>Scatter Plot</i> Produk Buku Tulis Sidu 38	83
Gambar 7.3.	<i>Scatter Plot</i> Buku Big Boss 42/6	84
Gambar 7.4.	<i>Scatter Plot</i> Produk Plakband OPP 90Y	84
Gambar 7.5.	<i>Scatter Plot</i> HVS F4	85
Gambar 7.6.	<i>Scatter Plot</i> Buku Tulis Sidu 58	85
Gambar 7.7.	<i>Scatter Plot</i> Produk Kertas <i>Kraft</i> Bungkus	86
Gambar 7.8.	<i>Scatter Plot</i> Produk HVS A4	86
Gambar 7.9.	<i>Scatter Plot</i> Produk Buku Tulis Vision 38/10	87
Gambar 7.10.	<i>Scatter Plot</i> Produk Spidol Snowman <i>Black</i>	87
Gambar 7.11.	<i>Scatter Plot</i> Produk Peluit Acme	88
Gambar 7.12.	<i>Scatter Plot</i> Produk Pensil Mekanik Joyko	88
Gambar 7.13.	<i>Scatter Plot</i> Produk Tempat Pensil Joyart	89
Gambar 7.14.	<i>Scatter Plot</i> Produk <i>Stamp Pad</i> Kenko	89
Gambar 7.15.	<i>Scatter Plot</i> Selotip Verona	90
Gambar 7.16.	<i>Scatter Plot</i> Lem Kenko	90
Gambar 7.17.	<i>Scatter Plot</i> Produk Setip Mitsuwa	91

Gambar 7.18.	<i>Scatter Plot</i> Produk Bolpoin Bolpenku	91
Gambar 7.19.	<i>Scatter Plot</i> Produk Pensil 2B Handy	92
Gambar 7.20.	<i>Scatter Plot</i> Produk Notes Pramuka	92



# USULAN *PRODUCT ASSORTMENT* PADA RITEL X PADA MASA PANDEMI COVID-19

Disusun Oleh:

Tan Ian Yulianto Soerja

17 06 09380

## INTISARI

Pada masa pandemi Covid-19, cukup banyak kerugian yang ditimbulkannya, salah satunya adalah menurunnya daya beli yang dimiliki oleh masyarakat. Penurunan daya beli tersebut tentu akan sangat berdampak bagi ritel yang langsung menjual produknya ke konsumen akhir. Salah satu ritel yang juga ikut terdampak adalah Ritel X. Jika Ritel X tidak menyelesaikan masalah tersebut maka dapat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnisnya. Salah satu cara untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan mengatur kembali jenis produk yang akan dijual atau dapat disebut *product assortment*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perlukah suatu ritel khususnya untuk ritel X untuk mengevaluasi *product assortment* yang dimilikinya di masa pandemi Covid-19 dan memberikan usulan *product assortment* yang sesuai. Evaluasi *product assortment* dapat dilakukan dengan mengamati perubahan perilaku konsumen yang terjadi. Dalam penelitian ini, perubahan perilaku konsumen diketahui dengan melihat historis data penjualan milik Ritel X dan juga perbandingan hasil kuesioner. Hasil kuesioner didapatkan dengan menyebarkan Kuesioner kepada masyarakat berusia produktif dan konsumen ritel X, sedangkan untuk penyusunan *product assortment* digunakan analisis ABC dan analisis regresi sederhana untuk menyusunnya.

Hasil dari penelitian ini adalah usulan *product assortment* yang sesuai dengan ritel X. Dalam usulan *product assortment* terdapat tiga kategori yang dihilangkan yaitu dompet, kardus, dan *remover & retype*. Ketiga kategori tersebut dihilangkan karena memiliki persentase penjualan yang sedikit

**Kata kunci:** *product assortment*, Pandemi Covid-19, Analisis ABC, Analisis regresi sederhana, ritel

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Bab 1 menjelaskan mengenai latar belakang yang mendasari dilakukannya penelitian. Serta menentukan tujuan penelitian dan batasannya.

### 1.1. Latar Belakang

Ritel merupakan salah satu bagian dalam rantai pasok yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir. Dalam ritel terdapat *retailing* yang berarti kegiatan penjualan yang dilakukan oleh ritel tersebut (Gupta dan Randhawa, 2008). Konsumen akhir yang dimaksudkan dalam pengertian sebelumnya adalah orang yang menggunakan produk tersebut untuk kebutuhannya sendiri.

Ritel dapat dibedakan menjadi beberapa klasifikasi. Salah satu klasifikasi yang terdapat pada ritel dapat dilihat dari teknologi yang digunakan oleh ritel tersebut. Klasifikasi tersebut dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu ritel tradisional dan juga ritel modern. Ritel tradisional merupakan ritel yang pengelolaannya masih tradisional seperti kegiatan pencatatan masih dilakukan secara manual, belum adanya promosi yang dilakukan, serta ritel dimiliki oleh perseorangan, contoh dari ritel tradisional adalah warung kelontong atau *Mom&Pop store*. Jenis ritel lain selain ritel tradisional berdasarkan dari teknologi yang digunakan yaitu ritel modern. Ritel modern merupakan kebalikan dari ritel tradisional yang pengelolaannya sudah modern seperti kegiatan transaksi sudah dicatat menggunakan komputer, sudah adanya kegiatan promosi, dan ritel memiliki jumlah pegawai yang cukup banyak. Ritel juga dapat diklasifikasikan menurut jenis barang yang dijual yaitu ritel pokok (*essential retail*) dan ritel non-pokok (*non-essential retail*). Ritel pokok menjual produk yang menjadi kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman, sedangkan ritel non-pokok menjual produk yang tidak terlalu dibutuhkan seperti pakaian, peralatan rumah tangga dan alat tulis.

Dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini cukup berdampak bagi ritel di Indonesia (Kontan, 2020). Dampak yang paling dirasakan adalah berkurangnya daya beli masyarakat, dengan turunnya daya beli masyarakat juga akan mengurangi penjualan yang didapatkan oleh suatu ritel. Penurunan daya beli masyarakat ini dapat terjadi karena banyak pegawai yang dikeluarkan sehingga tidak memiliki pendapatan dan berpengaruh terhadap daya belinya.

Penurunan daya beli masyarakat ini juga berpengaruh pada Ritel X. Ritel X merupakan ritel yang menjual alat tulis sekolah dan kantor di Kota Parakan, berdasarkan klasifikasinya maka Ritel X termasuk kedalam ritel non-pokok dan termasuk kedalam ritel modern.

Pada masa pandemi Covid-19 ini Ritel X mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pengelola Ritel X, penjualan yang didapat berkurang sebesar 20% sampai dengan 30% dibandingkan dengan penjualan yang didapat sebelum pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 menyebabkan beberapa perubahan yang terjadi di masyarakat. Salah satunya adalah perubahan cara orang dalam menjalankan aktivitasnya, misalnya dengan bekerja dari rumah, sekolah dari rumah, dan juga berbelanja dari rumah. Dengan adanya perubahan tersebut produk yang digunakan oleh masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya juga menjadi berubah. Contoh perubahan tersebut adalah ketika kegiatan sekolah dilakukan di rumah, maka pengumpulan tugas akan dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Sehingga penggunaan kertas yang awalnya digunakan untuk mengumpulkan tugas menjadi berkurang. Oleh sebab itu kebutuhan akan kertas juga akan berkurang dan juga akan mengurangi pembelian kertas yang dilakukan masyarakat.

Dengan menurunnya penjualan yang dialami oleh Ritel X dan perubahan cara orang beraktivitas pada masa pandemi Covid-19. Pemilik Ritel X ingin mengetahui perubahan tersebut membuat Ritel X perlu merubah atau tidak penyediaan produk yang dijual dalam Ritel X.

Penentuan produk yang dijual pada ritel disebut *product assortment*. Oleh sebab itu pada masa pandemi Covid-19 diperlukan adanya evaluasi *product assortment* terlebih dahulu pada Ritel X. Evaluasi tersebut digunakan untuk mengetahui apakah pergantian *product assortment* perlu dilakukan pada Ritel X di masa pandemi Covid-19. Jika evaluasi *product assortment* tersebut tidak dilakukan, maka dapat menyebabkan perputaran modal pada Ritel X menjadi lambat. Hal tersebut dapat terjadi karena terdapat perubahan jenis produk yang dibeli oleh konsumen. Misalnya, terdapat produk yang tidak dibeli lagi oleh konsumen, tetapi tetap dijual oleh Ritel X dan akhirnya menyebabkan produk tersebut tidak laku yang menyebabkan perputaran modal menjadi lambat.

Perubahan Evaluasi *product assortment* dapat dilakukan dengan menggunakan data penjualan dan juga dapat menggunakan kuesioner. Kedua data tersebut dapat digunakan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen yang terjadi selama pandemi Covid-19. Jika memang terdapat perubahan perilaku konsumen yang terjadi, usulan pergantian *product assortment* dirasa perlu dilakukan oleh Ritel X. Selain itu Ritel X juga perlu memperhatikan masa setelah pandemi Covid-19 selesai, menurut Roggeveen dan Sethuraman (2020) perubahan perilaku peritel dan konsumen pada saat pandemi dapat bertahan menjadi *new normal*. Sehingga jika pandemi Covid-19 telah selesai, evaluasi *product assortment* perlu dilakukan kembali.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Ritel X mengalami penurunan penjualan selama pandemi Covid-19. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perubahan *product assortment* perlu dilakukan di masa pandemi Covid-19.

### **1.3. Tujuan**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- a. Untuk mengevaluasi *product assortment* pada Ritel X di masa pandemi Covid-19
- b. Untuk memberikan usulan *product assortment* pada Ritel X di masa pandemi Covid-19

### **1.4. Batasan**

Terdapat beberapa batasan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data penjualan yang digunakan dalam jangka waktu satu tahun yaitu Bulan September 2019 sampai dengan Bulan Agustus 2020.
- b. Pengolahan data penjualan dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel.
- c. Pemberian solusi difokuskan untuk sepuluh produk terlaris dan sepuluh produk paling tidak laris.
- d. Terdapat dua jenis target responden yang digunakan yaitu masyarakat usia produktif dan konsumen Ritel X.
- e. Usulan *product assortment* tidak memperhitungkan ukuran produk yang akan disusun di rak.

**Tabel 7.4. Lanjutan**

<i>Slow Moving Product</i>		
<b>Stampel</b>	<b>Paku &amp; Pin</b>	<b>Peralatan Praktikum</b>
Stampel Lunas	<i>Push Pin</i>	<i>Hand Counter</i>
Stampel Tanggal	<i>Pines</i>	Kaca Pembesar
<i>Stamp Pad</i>		

Tabel 7.3. menunjukkan bahwa pada masa pandemi Covid-19 terdapat perbedaan pendapatan yang didapat oleh Ritel X. Perbedaan pendapatan yang dimiliki oleh Ritel X dapat mengalami peningkatan atau penurunan. Oleh sebab itu, penulis memberikan perkiraan selisih jumlah produk yang dapat dipesan selama pandemi Covid-19 oleh pemilik Ritel X. Selain itu, pemilik Ritel X juga dapat menggunakan rumus dalam Tabel 7.3. untuk menentukan jumlah barang yang akan dibeli selama pandemi Covid-19 dengan menggunakan target pendapatan yang ingin dicapai atau historis pendapatan sebelumnya.

Tabel 7.4. menunjukkan usulan *product assortment* yang ditunjukkan untuk pemilik Ritel X. Usulan *product assortment* tersebut didapatkan hanya dari produk yang terjual di Ritel X selama Pandemi Covid-19, sehingga dari usulan *product assortment* tersebut didapatkan 34 lini produk yang berbeda. Dengan 11 kategori termasuk *fast moving product*, 10 lini produk termasuk *medium moving product*, dan 13 lini produk termasuk *slow moving product*. Berdasarkan hasil klasifikasi lini produk tersebut, pemilik Ritel X dapat memperhatikan produk yang berasal dari *fast moving product*. Dikarenakan produk yang termasuk kedalam klasifikasi *fast moving product* memberikan pendapatan yang paling besar terhadap total penjualan yang dimiliki Ritel X.

Dalam memberikan usulan *product assortment*, penulis juga menambahkan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa produk masker dan *hand sanitizer* menjadi produk yang paling dibutuhkan pada masa pandemi Covid-19. Kedua produk tersebut ditambahkan pada lini produk bagian alat kesehatan. Sehingga dengan menambahkan kedua produk tersebut kedalam *product assortment*, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang dimiliki oleh Ritel X.

## **BAB 8**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### **8.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang didapat yaitu:

- a. Berdasarkan hasil pengolahan data penjualan dan analisis perbandingan hasil kuesioner menunjukkan bahwa terdapat perubahan perilaku konsumen yang terjadi, sehingga perubahan *product assortment* perlu dilakukan pada Ritel X.
- b. Usulan *product assortment* yang dibuat terdapat tiga hal yang digunakan yaitu panjang, lebar, dan kedalaman. Panjang dan lebar didapatkan dari hasil klasifikasi ABC dan data penjualan hanya selama pandemi Covid-19. Kedalaman didapatkan dengan melakukan perkiraan menggunakan rumus hasil analisis regresi berdasarkan dari pendapatan Ritel X. Dalam melakukan analisis regresi, sebelumnya membuat *scatter plot* berdasarkan dari pendapatan produk terjual hanya selama pandemi Covid-19.

#### **8.2. Saran**

Penelitian saat ini dilakukan pada masa pandemi Covid-19. Oleh sebab itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan data setelah terjadinya pandemi Covid-19. Untuk dapat mengevaluasi kembali *product assortment* yang dimiliki oleh ritel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, J. W., & Lestari, Y. D. (2019). Improving Inventory Management Policy : Case Study 999 Stationery. *Icore*, 5(1), 551–558.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Examining the Effect of Product Assortment and Price Discount Toward Online Purchase Decision of University Student in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 99-104.
- Amelita, S. (2020). Usulan Pengendalian Persediaan Produk Kosmetik di Toko Rahayu. *Jurnal Titra*, 8(1), 39-46.
- Atmojo, R. N. (2020). The Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment dan Price Terhadap Minat Beli di Borma Kota Bandung. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 4(1), 68-76.
- Astanti, R. D., & Ai, T. J. (2020). *Pandemi Covid-19 Sumbangan Pemikiran Tentang Virus Hingga Kebijakan Strategis*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka
- Baily, P., Farmer, D., Crocker, B., Jessop, D., Jones, D. (2015). *Procurement, Principles & Management* (11th ed). Harlow: Pearson Higher Ed.
- Bluman, A. G. (2012). *Elementary Statistics: A Step By Step Approach* (8th ed). New York: McGraw-Hill.
- Brace, I. (2008). *Questionnaire Design: How To Plan, Structure And Write Survey Material For Effective Market Research* (2th ed). London: Kogan Page.
- Dunne, P.M., Lusch, R.F., & Carver, J.R. (2014). *Retailing* (8th ed). South-Western: Cengage Learning
- Firdayanti, N., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 391-404.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. Harlow: Financial Times/Prentice Hall
- Gupta, S., & Randhawa, G. (2008). *Retail Management*. New Delhi: Atlantic Publishers and Distributors.
- Goworek, H., & McGoldrick, P. (2015). *Retail marketing management: Principles and practice*. Harlow: Pearson Higher Ed.
- Hair, J., Anderson, R., Black, B., & Babin, B. (2016). *Multivariate Data Analysis*. London: Pearson Higher Ed.

- Kök, A. G., Fisher, M. L., & Vaidyanathan, R. (2009). *Assortment planning: Review of literature and industry practice*. Boston: Springer-Verlag US.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *A framework for marketing management* (6th ed). Harlow: Pearson Higher Ed.
- Kontan (2020, Oktober 9). *Industri ritel tertekan akibat pandemi virus corona (Covid-19)*. Diakses tanggal 18 April 2021 dari <https://industri.kontan.co.id/news/industri-ritel-tertekan-akibat-pandemi-virus-corona-covid-19>
- Montgomery, D.C., & Runger, G.C. (2014). *Applied statistics and probability for engineers* (6th ed). New Jersey: Wiley.
- Pradhan, S. (2010). *Retail Merchandising*. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited.
- Roggeveen, A. L., & Sethuraman, R. (2020). How the COVID Pandemic May Change the World of Retailing. *Journal of Retailing*, 96(2), 169-171.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed). Harlow: Pearson Higher Ed.
- Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., l'anah, N., & Al Istiqomah, W. (2020). Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. *Jurnal Psikologi Sosial*. 18(59), 1-12.
- Shu, T., Chen, S., Lai, K. K., Zhang, X., & Wang, S. (2014). *Managing risk of supply chain disruptions*. In *Managing Risk of Supply Chain Disruptions*. New York, United States: Routledge.
- Suyoto. (2018). *Analisis regresi untuk penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Walpole. R.E., Myers, R.H., Myers, S.L., & Ye, K. (2012). *Probability & statistics for engineers & scientists* (9th ed). United Kingdom: Pearson Higher Ed.
- Yusup, D. K., Badriyah, M., Suyandi, D., & Asih, V. S. (2020). Pengaruh bencana Covid-19, pembatasan sosial, dan sistem pemasaran online terhadap perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk retail. *http://digilib.uinsgd.ac.id*, 1(1), 1-10.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23

## Lampiran 1

### Daftar Pertanyaan Kuisisioner

1. Menurut Anda, produk apakah yang paling dibutuhkan pada masa pandemi ini? (misalnya : masker, dll.)
2. Apakah produk tersebut tetap akan dibutuhkan walaupun pandemi telah selesai?
  - A. Sangat mungkin
  - B. Mungkin
  - C. Tidak mungkin
  - D. Sangat tidak mungkin
3. Pada saat sebelum pandemi Covid-19, apakah anda memperhatikan kebersihan dan kehygienisan dari suatu toko?
  - A. Ya
  - B. Tidak
4. Pada saat pandemi Covid-19, apakah anda menjadi lebih memperhatikan kebersihan dan kehygienisan sebelum belanja pada toko tersebut?
  - A. Ya
  - B. Tidak
5. Apakah setelah pandemi Covid-19, anda tetap memperhatikan kebersihan dan kehygienisan menjadi pertimbangan utama dalam berbelanja dalam suatu toko?
  - A. Sangat mungkin
  - B. Mungkin
  - C. Tidak mungkin
  - D. Sangat tidak mungkin
6. Pada saat sebelum pandemi Covid-19, apakah merk dari suatu produk menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian?
  - A. Ya
  - B. Tidak
7. Pada saat pandemi Covid-19, apakah anda lebih memperhatikan kegunaan suatu produk dibandingkan dengan merek produk tersebut?
  - A. Ya
  - B. Tidak

8. Apakah setelah pandemi Covid-19, anda tetap memperhatikan kegunaan suatu produk dibandingkan dengan merek produk tersebut?

- A. Sangat mungkin
- B. Mungkin
- C. Tidak mungkin
- D. Sangat tidak mungkin

9. Sebelum Pandemi Covid-19 apakah anda pernah berbelanja melalui toko *online* seperti bukalapak, shopee, dll.

- A. Pernah
- B. Tidak pernah

10. Pada saat pandemi Covid-19, apakah anda menjadi lebih sering dalam berbelanja melalui *toko online*?

- A. Ya
- B. Tidak

11. Apakah setelah pandemi Covid-19, anda tetap mempertahankan kebiasaan berbelanja melalui toko online?

- A. Sangat mungkin
- B. Mungkin
- C. Tidak mungkin
- D. Sangat tidak mungkin

12. Sebelum Pandemi Covid-19, Seberapa seringkah anda untuk melakukan pembelian alat tulis?

- A. Sangat sering
- B. Sering
- C. Kadang-kadang
- D. Tidak pernah

13. Pada saat pandemi Covid-19, apakah terjadi pengurangan frekuensi pembelian alat tulis yang anda lakukan?

- A. Ya
- B. Tidak

14. Apakah setelah pandemi Covid-19, apakah Anda tetap mempertahankan perilaku frekuensi pembelian yang dilakukan sama seperti ketika pandemi Covid-19?

- A. Sangat mungkin
- B. Mungkin
- C. Tidak mungkin
- D. Sangat tidak mungkin

15. Ketika melakukan pembelian alat tulis sebelum pandemi Covid-19, cara pembelian apakah yang paling sering Anda lakukan?

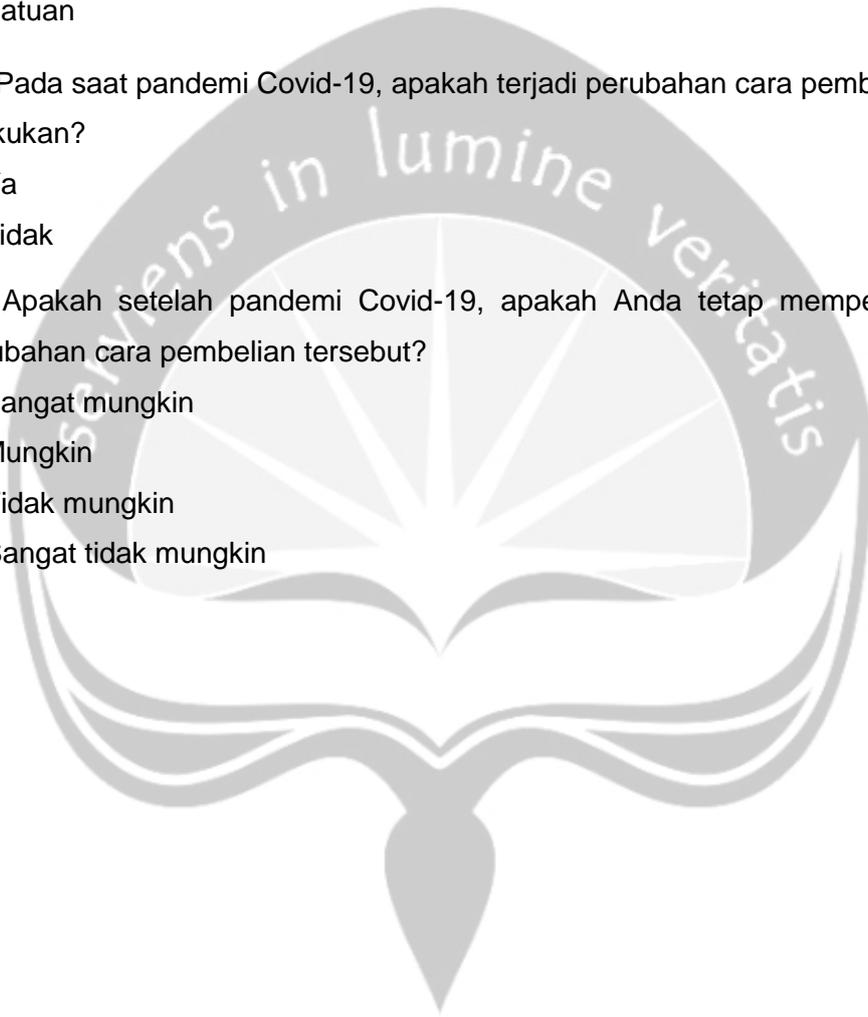
- A. Pak
- B. Satuan

16. Pada saat pandemi Covid-19, apakah terjadi perubahan cara pembelian yang dilakukan?

- A. Ya
- B. Tidak

17. Apakah setelah pandemi Covid-19, apakah Anda tetap mempertahankan perubahan cara pembelian tersebut?

- A. Sangat mungkin
- B. Mungkin
- C. Tidak mungkin
- D. Sangat tidak mungkin



Lampiran 2

Rekap Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No Responden	Pertanyaan Dengan Isi 4 Pilihan Ganda							Jumlah
	P2	P5	P8	P11	P12	P14	P17	
1	4	4	3	3	3	3	3	23
3	4	4	4	2	2	3	3	22
4	3	4	4	4	2	3	4	24
7	4	4	4	4	2	3	3	24
10	4	4	3	4	4	4	3	26
11	3	4	4	3	3	4	4	25
13	3	3	3	3	2	3	3	20
30	3	3	3	4	3	3	3	22
31	3	3	3	4	4	3	3	23
32	4	4	4	3	3	3	3	24
35	3	4	4	3	3	3	3	23
40	4	4	4	4	2	3	3	24
41	4	4	3	4	4	4	4	27
42	3	4	4	3	4	3	3	24
45	4	4	4	3	3	3	3	24
48	3	4	4	3	2	3	3	22
49	4	4	4	3	2	3	3	23
50	4	4	4	3	4	2	3	24
51	4	4	4	4	4	3	3	26
52	4	4	4	4	3	2	3	24
53	4	4	3	4	2	3	3	23
55	4	4	4	4	3	4	3	26
57	4	4	4	4	3	3	3	25
61	4	3	3	3	3	2	3	21
62	4	4	4	3	3	3	3	24
64	4	3	4	3	2	3	3	22
70	3	4	3	3	3	3	3	22
71	3	4	4	3	2	3	2	21
80	3	4	4	4	2	3	3	23
81	3	3	3	4	4	3	3	23
85	4	4	4	3	4	2	3	24
89	3	3	3	3	2	3	3	20
90	4	4	4	3	4	2	2	23
92	4	4	4	4	4	4	4	28
100	3	4	4	4	3	4	4	26
101	4	4	3	3	3	3	3	23
107	4	3	3	4	3	3	3	23
111	4	4	4	4	3	4	4	27
126	3	3	3	3	2	3	3	20

Lampiran 3  
Contoh R Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896

## Lampiran 4

### Dokumentasi Pengambilan Data Kuesioner



