

**USULAN PRODUCT ASSORTMENT DAN STRATEGI
PENJUALAN DI TOKO RANATHA PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

TUGAS AKHIR

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



ANDHIKA PRATAMA GANIS

17 06 09464

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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

USULAN PRODUCT ASSORTMENT DAN STRATEGI PENJUALAN DI TOKO RANATHA PADA MASA PANDEMI COVID-19

yang disusun oleh

Andhika Pratama Ganis

17 06 09464

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 05 Juli 2021

| | | Keterangan |
|--------------------|---|------------------|
| Dosen Pembimbing 1 | : The Jin Ai, D. Eng | Telah menyetujui |
| Donse Pembimbing 2 | : Ririn Diar Astanti, D. Eng | Telah menyetujui |
| Tim Penguji | | |
| Penguji 1 | : The Jin Ai, D. Eng | Telah menyetujui |
| Penguji 2 | : Fransiska Hernina Puspita Sari, S.T., M. Sc | Telah menyetujui |
| Penguji 3 | : Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M. T. | Telah menyetujui |

Yogyakarta, 05 Juli 2021

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,

(Telah menyetujui)

Dr. A. Teguh Siswantoro, M. Sc

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andhika Pratama Ganis

NPM : 170609464

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Usulan *Product Assortment* dan Strategi Penjualan di Toko Ranatha 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.

Yogyakarta, 30 Mei 2021

Yang menyatakan,



Andhika Pratama Ganis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingan-Nya terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir dengan judul “Usulan *Product Assortment* dan Strategi Penjualan Pada Toko Ranatha Pada Masa Pandemi COVID-19” disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Teknik Industri di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapat bantuan berupa bimbingan, motivasi, dan lainnya dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis,
- b. Bu Ainita selaku pemilik dari Toko Ranatha yang bersedia memberikan data dan informasi mengenai toko.
- c. Bapak The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan saran selama proses penyusunan Tugas Akhir.
- d. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT, Dr. Eng. selaku Kepala Departemen Teknik Industri dan dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan saran selama proses penyusunan Tugas Akhir.
- e. Teman-teman anggota grup Jonny dan Keong Turbo yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan hiburan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.

Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Pada akhir ini penulis ingin mengucapkan terimakasih serta berharap agar laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 30 Mei 2021

Andhika Pratama Ganis

DAFTAR ISI

| BAB | JUDUL | HAL |
|-----|--|------|
| | Halaman Judul | i |
| | Halaman Pengesahan | ii |
| | Pernyataan Originalitas | iii |
| | Kata Pengantar | iv |
| | Daftar Isi | v |
| | Daftar Gambar | vii |
| | Daftar Tabel | viii |
| | Daftar Lampiran | ix |
| | Intisari | x |
| 1 | Pendahuluan | 1 |
| | 1.1. Latar Belakang | 1 |
| | 1.2. Rumusan Masalah | 2 |
| | 1.3. Tujuan Penelitian | 2 |
| | 1.4. Batasan Masalah | 3 |
| 2 | Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori | 4 |
| | 2.1. Tinjauan Pustaka | 4 |
| | 2.2. Dasar Teori | 5 |
| 3 | Metodologi Penelitian | 13 |
| | 3.1. Tahap Pendahuluan | 14 |
| | 3.2. Tahap Pengumpulan Data POS | 15 |
| | 3.3. Tahap Analisis Data POS | 15 |
| | 3.4. Tahap Pengumpulan Data Survei | 15 |
| | 3.5. Tahap Pengolahan Data Survei | 16 |
| | 3.6. Tahap Akhir | 16 |
| 4 | Data dan Analisis Data POS | 17 |
| | 4.1. Profil UMKM | 17 |
| | 4.2. Data | 18 |
| | 4.3. Pengolahan dan Analisis Data | 22 |
| 5 | Analisis Perilaku Konsumen Pada Masa Pandemi | 36 |
| | 5.1. Perancangan Kuesioner | 36 |
| | 5.2. Penyebaran Kuesioner | 41 |
| | 5.3. Karakteristik Responden | 41 |

| | | |
|---|---|----|
| | 5.4. Analisis Perubahan Perilaku Konsumen | 44 |
| 6 | Analisis Perlu Tidaknya Melakukan Perubahan <i>Product Assortment</i> dan Usulan Strategi Penjualan | 49 |
| | 6.1. Analisis Perlu Tidaknya Melakukan Perubahan <i>Product Assortment</i> | 49 |
| | 6.2. Usulan Strategi Penjualan | 50 |
| 7 | Kesimpulan dan Saran | 51 |
| | 7.1. Kesimpulan | 51 |
| | 7.2. Saran | 51 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 52 |
| | Lampiran | 54 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|---|----|
| Gambar 3.1. | Diagram Alir Tahap Penelitian | 13 |
| Gambar 4.1. | Produk Koper, Tas, Perlengkapan <i>Outdoor</i> | 17 |
| Gambar 4.2. | Produk Kaos, Celana, Kemeja | 17 |
| Gambar 4.3. | Contoh Data yang Akan Diolah Dengan <i>Pivot Table</i> | 22 |
| Gambar 4.4. | Memilih Fitur <i>Pivot Table</i> Pada Menu <i>Insert</i> | 23 |
| Gambar 4.5. | Menu Pembuatan <i>Pivot Table</i> | 23 |
| Gambar 4.6. | <i>Pivot Table List</i> | 24 |
| Gambar 4.7. | Tampilan Akhir <i>Pivot Table</i> | 25 |
| Gambar 4.8. | Akumulasi Persentasi per Tiap Kategori Produk 2019 | 30 |
| Gambar 4.9. | Akumulasi Persentasi Tiap Kategori Produk 2020 | 31 |
| Gambar 4.10. | Perbandingan Penjualan Tahun 2019 dan 2020 | 31 |
| Gambar 5.1. | Introduksi Kuesioner | 37 |
| Gambar 5.2. | Identitas Responden | 37 |
| Gambar 5.3. | Pertanyaan Mengenai Perilaku Konsumen | 38 |
| Gambar 5.4. | Pertanyaan Mengenai Perilaku Konsumen 2 | 39 |
| Gambar 5.5. | Pertanyaan Mengenai Potensi Penjualan Produk | 40 |
| Gambar 5.6. | Pertanyaan Mengenai Frekuensi Pembelian Produk | 40 |
| Gambar 5.7. | Pertanyaan Mengenai Strategi Pemasaran yang Cocok | 40 |
| Gambar 5.8. | Sebaran Jenis Kelamin Responden | 42 |
| Gambar 5.9. | Sebaran Usia Responden | 42 |
| Gambar 5.10. | Sebaran Wilayah Responden | 43 |
| Gambar 5.11. | Sebaran Jenis Pekerjaan Responden | 43 |
| Gambar 5.12. | Pengaruh Pandemi Terhadap Kegiatan <i>Outdoor</i> | 44 |
| Gambar 5.13. | Pengaruh Pandemi Terhadap Pertimbangan Pembelian Peralatan <i>Outdoor</i> | 44 |
| Gambar 5.14. | Frekuensi Pembelian Sebelum Pandemi | 45 |
| Gambar 5.15. | Pengaruh Pandemi Terhadap Penurunan Frekuensi Pembelian | 45 |
| Gambar 5.16. | Frekuensi Pembelian Setelah Pandemi | 45 |
| Gambar 5.17. | Kriteria Pertimbangan Pembelian Peralatan <i>Outdoor</i> | 46 |
| Gambar 5.18. | Preferensi Responden Mengenai Cara Pembelian | 47 |
| Gambar 5.19. | Potensi Produk yang Diminati Responden | 47 |
| Gambar 5.20. | Teknik Promosi yang Diminati Responden | 48 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel 2.1. | Klasifikasi dan Kriteria Analisis ABC | 8 |
| Tabel 4.1. | Kategori Produk | 18 |
| Tabel 4.2. | Cuplikan Data Penjualan | 20 |
| Tabel 4.3. | Cuplikan Data Stok Barang | 21 |
| Tabel 4.4. | Pengolahan Data Penjualan 2019 | 26 |
| Tabel 4.5. | Pengolahan Data Penjualan 2020 | 27 |
| Tabel 4.6. | Pengolahan Data Penjualan 2019 Dengan Metode ABC | 28 |
| Tabel 4.7. | Pengolahan Data Penjualan 2020 Dengan Metode ABC | 29 |
| Tabel 4.8. | Sepuluh Kategori Produk Dengan Kontribusi Penjualan Terbesar di Tahun 2019 | 32 |
| Tabel 4.9. | Sepuluh Kategori Produk Dengan Kontribusi Penjualan Terbesar di Tahun 2020 | 32 |
| Tabel 4.10. | Sepuluh Kategori Produk Dengan Kontribusi Penjualan Terendah di Tahun 2019 | 33 |
| Tabel 4.11. | Sepuluh Kategori Produk Dengan Kontribusi Penjualan Terendah di Tahun 2020 | 33 |
| Tabel 4.12. | Pengolahan Dan Estimasi Waktu Penjualan Stok | 34 |
| Tabel 4.13. | Daftar Produk Tidak Laku | 35 |
| Tabel 5.1. | Hasil Penyebaran Kuesioner | 41 |
| Tabel 5.2. | Contoh Penyeleksian Data Kuesioner | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

54



INTISARI

Wabah pandemi COVID-19 yang mulai meruak di Indonesia pada tahun 2020 menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan gaya dan pola hidup masyarakat. Pandemi juga menyebabkan munculnya peraturan-peraturan baru bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan ataupun aktivitas sehari-hari. Perubahan-perubahan ini sangat berdampak bagi sektor ritel khususnya ritel non pokok. Salah satu dampak dari pandemi ini adalah perubahan permintaan konsumen atau bisa juga disebut sebagai disrupsi permintaan hal ini sangat berpengaruh terhadap operasional ritel. Ritel harus dapat beradaptasi pada perubahan-perubahan ini, salah satu cara adalah penentuan produk-produk yang akan dijual atau disebut juga *product assortment*.

Penelitian ini dilakukan pada objek ritel non pokok yaitu Toko Ranatha yang menjual peralatan-peralatan *outdoor* yang mengalami penurunan dalam frekuensi penjualan produknya. Penelitian ini akan dapat membantu Toko Ranatha dalam melakukan evaluasi *product assortmentnya* serta menentukan strategi penjualan mana yang paling cocok dan diminati oleh konsumen dengan menggunakan metode analisis ABC dan analisis survei . Hasil penelitian ini juga dapat diaplikasikan apabila ada kondisi disrupsi permintaan lainnya. Penelitian menggunakan data primer berupa data penjualan produk, data stok barang, dan kuesioner dalam mengevaluasi perubahan perilaku dan minat konsumen.

Kesimpulan yang didapat dengan memanfaatkan data-data yang ada didapatkan bahwa kontribusi penjualan di toko Ranatha tidak mengalami perubahan yang signifikan, namun terjadi penurunan terhadap semua kategori barang yang ada. Maka dari itu pemilik dapat menggeser kategori produk-produk yang tidak maupun memiliki sedikit kontribusi penjualan ke produk-produk yang memiliki potensi atau berkontribusi besar terhadap penjualan.

Kata Kunci: Ritel non Pokok, *Demand Disruption*, Pasca Pandemi COVID-19, *Product Assortment*.