

BAB 6

Analisis Perlu Tidaknya Melakukan Perubahan *Product Assortment* dan Usulan Strategi Penjualan

6.1. Analisis Perlu Tidaknya Melakukan Perubahan *Product Assortment*

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh dalam mengolah data penjualan pada tahun 2019 dan 2020, serta pelaksanaan survey mengenai perilaku konsumen, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan keputusan dalam merubah *product assortment*. Pada data kontribusi penjualan terbesar pada tahun 2019 dan 2020 yang dapat dilihat pada tabel 4.4 dan 4.5 dapat dilihat bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam daftar produk yang terjual, namun yang dapat diperhatikan adalah terjadinya penurunan dalam total penjualan yang menyebabkan penurunan pada pendapatan ritel begitu juga pada data kontribusi penjualan terendah yang ada pada tabel 4.6 dan 4.7. Berkurangnya frekuensi belanja dari konsumen akan menyebabkan perubahan pada alur stok produk yang ada di ritel tersebut. Hal lain yang didapatkan dari menganalisis data penjualan yang ada memperlihatkan bahwa kebanyakan kategori produk yang memiliki penjualan rendah adalah produk yang memiliki fungsi khusus, produk yang bersifat musiman, dan produk-produk yang tidak memiliki hubungan dengan kegiatan *outdoor*. Atas dasar ini ritel dapat melakukan penggeseran *product assortment* dari produk-produk tersebut ke produk-produk yang memiliki prioritas lebih tinggi dan kontribusi penulana yang lebih.

Pada tabel 4.13 terdapat daftar produk-produk yang tidak memiliki kontribusi penjualan sama sekali di tahun 2020, untuk membantu ritel dalam membuat keputusan mengenai tindakan yang harus dilakukan terhadap produk ini maka dilakukan survei mengenai potensi produk-produk tersebut yang dapat dilihat pada gambar 5.19. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa produk yang memiliki potensi terbaik untuk dapat dijual adalah alat perlindungan diri dan kompor. Setelah menganalisis data penjualan dan stok produk ditemukan bahwa produk alat perlindungan diri dan kompor hanya memiliki satu jenis produk saja, hal ini dapat menjadi penyebab tidak lakunya penjualan produk ini. Ritel dapat mencoba untuk memprioritaskan pengadaan *product assortment* pada kedua kategori produk ini dan melakukan pemberhentian sementara (diskontinu) pada produk-produk yang tidak laku selain kedua kategori produk ini, namun tetap perlu diperhatikan kuantitas yang tepat pada saat pengadaan produk tersebut.

Hasil survei juga menunjukkan pada gambar 5.17 bahwa sebanyak 87,7% responden mengalami perubahan pertimbangan dalam melakukan pembelian peralatan *outdoor* yang disebabkan oleh pandemi. Pertimbangan-pertimbangan yang lebih dipilih oleh responden dalam pembelian peralatan *outdoor* adalah fungsionalitas dari sebuah produk pada posisi pertama, harga produk di posisi kedua, dan merk serta desain di posisi ketiga dan keempat. Berdasarkan hal ini ritel harus dapat melakukan kategorisasi produk berdasarkan fungsionalitas dan diikuti dengan pertimbangan-pertimbangan lainnya. Dengan penerapan kategorisasi tersebut dapat membantu ritel dalam menentukan *product assortment* yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

6.2. Usulan Strategi Penjualan

Pada data mengenai stok produk yang ada pada ritel yang dapat dilihat pada tabel 4.12 didapatkan bahwa waktu penjualan yang dibutuhkan ritel dengan mengasumsikan kecepatan penjualan sama seperti tahun 2020 akan memakan waktu yang sangat lama. Hal ini dapat menghambat ritel dalam melaksanakan pembaharuan terhadap *product assortment* dikarenakan kondisi stok yang masih banyak. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai strategi penjualan yang paling diminati responden yaitu pada gambar 5.20, terdapat dua cara yang paling banyak diminati oleh responden yaitu pemberian promo diskon atau penjualan secara *bundling*. Ritel dapat menjadikan ini sebagai salah satu cara dalam meningkatkan penjualan pada produk-produk yang memiliki banyak stok. Ritel juga perlu memperhitungkan cara mana yang paling cocok untuk diterapkan yang dapat membuat ritel masih tetap dapat mendapatkan untung.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

- a. Pandemi COVID-19 tidak memberikan dampak yang signifikan dalam mempengaruhi produk yang memberikan kontribusi penjualan terbesar di Toko Ranatha
- b. Penerapan *product assortment* terhadap produk-produk yang memiliki kontribusi penjualan yang besar dengan menggeser prioritas produk yang memiliki kontribusi sebaliknya atau yang tidak berhubungan dengan peralatan *outdoor*. Pengadaan *product assortment* pada produk yang tidak laku seperti alat pelindung diri dan kompor karena memiliki potensi dalam penjualan, sedangkan untuk produk yang tidak laku lainnya seperti hammock, mug, pelampung, dan peralatan masak dapat dilakukan diskontinu pembelian barang. Penerapan *product assortment* harus memperhatikan kriteria produk yang diinginkan konsumen, serta pertimbangan stok yang tepat.
- c. Strategi yang dapat dilakukan oleh toko Ranatha adalah lebih mempromosikan produk pada *marketplace* online maupun menggunakan sosial media pribadi. Strategi lain dalam promosi produk yang dapat dilakukan adalah pemberian diskon pada beberapa produk dan pengadaan paket penjualan produk secara *bundling*.

7.2. Saran

Saran berdasarkan penelitian ini bagi ritel peralatan *outdoor*, khususnya toko Ranatha adalah pelaksanaan peninjauan ulang *product assortment* terhadap produk-produk yang memiliki kontribusi penjualan yang baik sesuai dengan kriteria konsumen yaitu fungsionalitas dari sebuah produk. Produk-produk yang tidak berhubungan dengan peralatan *outdoor*, maupun produk yang tidak memiliki kontribusi dalam penjualan dapat digeser *product assortmentnya* ke produk-produk yang memiliki potensi penjualan dan kepada produk-produk prioritas. Saran lainnya adalah lebih menggiatkan pemberian informasi bahwa toko Ranatha memiliki *marketplace* online serta melakukan promosi pada produk-produk yang memiliki laju penjualan rendah untuk dapat memangkas jumlah stok produk sehingga dapat membantu toko agar tidak terjadinya penumpukan stok produk dalam melaksanakan peninjauan *product assortment* yang baru.

Saran terakhir adalah agar toko Ranatha selalu menganalisis data-data *Point of Sales* yang terbaru dalam memantau penerapan *product assortmentnya* sehingga dapat membantu membuat keputusan yang lebih akurat dan valid dalam memprioritaskan produk dan pengadaan *product assortmentnya*.



DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B. R., & Evans, J. R. (2013). *Retail management: A strategic approach (12th Edition)*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Cachon, G., Christian, T., & Yi, X. (2005). Retail assortment planning in the presence of consumer search. *Manufacturing and Service Operations Management*, 7, 330-346. doi: 10.1287/msom.1050.0088
- Campo, K., Gijsbrechts, E., & Nisol, P. (2004). Dynamics in consumer response to product unavailability: Do stock-out reactions signal response to permanent assortment reductions?. *Journal of Business Research*, 57, 834-843. doi: 10.1016/S0148-2963(02)00486-1
- Chen, K., & Xiao, T. (2009). Demand disruption and coordination of the supply chain with a dominant retailer. *European Journal of Operational Research*, 197, 225-234. doi: 10.1016/j.ejor.2008.06.006
- Chernev, A. (2003). Product assortment and individual decision processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(1), 151-162
- Farkas-Timonina, A., Katsifou, A., Seifert, R. W. (2020). Product assortment and space strategies to attract loyal and non-loyal customer. *European Journal of Operational Research*, 285(3), 1058-1076. doi: 10.1016/j.ejor.2020.02.019
- Foster, B. (2015). Pengaruh product assortment dan gaya hidup hedonis terhadap impulse buying pengunjung Trans Studio Mall (TSM) Bandung. *Sosiohumaniora*, 17(1), 56-59
- Gruen, T. W., Crosten, D. S., & Bharadwaj, S. (2002). *Retail out-of-stocks: A worldwide examination of extent, causes and consumer responses*. Grocery Manufacturers of America
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior building marketing strategy (11th Edition)*. New York: McGraw-Hill
- Kök, G., Fisher, M., & Vaidyanathan, R. (2009). Assortment planning: review of literature and industry practice. In Agrawal, N & Smith, S. A. (Eds.), *Retail supply chain management*. International Series in Operations Research & Management Science. Boston, MA: Springer-Verlag US, 99-154

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of marketing (15th Edition)*. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, P., & Ketler, K.L. (2016). *Marketing management (15th ed)*. Kendallville: Pearson.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2014). *Retailing management (9th Edition)*. New York: McGraw-Hill
- Mahajan, S., & van Ryzin, G. (2001). Stocking retail assortments under dynamic substitution. *Operations Research*, 49(3), 340-351
- Morissan. (2012). *Metode penelitian survei*. Jakarta: Kencana
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan: Aplikasi di bidang bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ray, R. (2012). *Supply chain Management for retailing*. New Delhi: Tata McGraw-Hill
- Smith, S. A., & Agrawal, N. (2000). Management of multi item retail inventories systems with demand substitution. *Operations Research*, 49, 50-64
- Smith, S. A., & Agrawal, N. (2008). *Retail supply chain management*. Boston, MA: Springer-Verlag.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi penelitian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sumayang, L, (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vedamani, G.G. (2017). *Retail management functional principles and practices (5th ed)*. India: Pearson.
- Yu, M. (2008). Central limit theorem and almost sure central limit theorem for the product of some partial sums. *Proceedings Mathematical Sciences*, 118(2), 289-294

Lampiran 1 : Transkrip Wawancara pada toko Ranatha

Berikut adalah transkrip wawancara dengan Bu Ainita, selaku pemilik dari toko Ranatha

- Andhika : Selamat siang bu, perkenalkan nama saya Andhika mahasiswa dari Universitas Atmajaya Yogyakarta yang kemarin minta izin untuk melakukan penelitian di toko Ranatha, apa saya boleh melakukan wawancara tentang toko Ranatha bu?
- Bu Ainita : Selamat siang Andhika, boleh mau bertanya tentang apa?
- Andhika : Baik terimakasih bu. Untuk profil dan jumlah pekerja pada toko Ranatha ada berapa ya bu?
- Bu Ainita : Untuk profil toko nanti akan saya kirimkan dokumennya, jumlah pegawai itu ada 10 orang yang bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing. Kalau saya sendiri mengatur dan mengawasi pekerjaan dan administrasi toko.
- Andhika : Untuk waktu operasional toko selama pandemi ini apa ada perubahan bu?
- Bu Ainita : Ada perubahan pada waktu penutupan toko, sebelum pandemi toko beroperasi dari jam 9 pagi sampai dengan 7 malam dan untuk pandemi ini toko beroperasi dari jam 9 pagi sampai dengan jam 6 sore. Hari Minggu dan kalender merah toko tetap libur seperti biasanya.
- Andhika : Toko Ranatha ini apakah sudah menggunakan sistem komputerisasi dalam penjualan produk bu?
- Bu Ainita : Sudah, toko menggunakan sistem komputerisasi dengan barcode untuk mencatat penjualan produk
- Andhika : Untuk kode barang atau SKU juga udah digunakan ya bu?
- Bu Ainita : Toko Ranatha sudah menggunakan kode barang untuk mempermudah pengecekan stok barang
- Andhika : Untuk jenis barang yang dijual di toko Ranatha apa terdiri dari kulakan semua atau juga ada titipan ya bu?
- Bu Ainita : Sebagian besar barang yang dijual itu kulakan, tetapi ada beberapa barang titipan seperti aksesoris, case HP.
- Andhika : Selama masa pandemi ini, permasalahan apa yang terjadi pada toko Ranatha bu?
- Bu Ainita : Untuk permasalahan yang terjadi selama pandemi ini berupa penurunan penjualan.
- Andhika : Untuk pemesanan jenis produk apakah masih tetap sama seperti sebelumnya bu?
- Bu Ainita : Masih sama Andhika.
- Andhika : Baik bu, Apakah boleh saya minta data transaksi penjualan untuk tahun 2019 dan tahun 2020 ini bu serta data stok barang?
- Bu Ainita : Boleh Andhika, nanti saya kirimkan melalui email saja ya
- Andhika : Baik bu, Terimakasih
- Bu Ainita : Sama-sama Andhika.