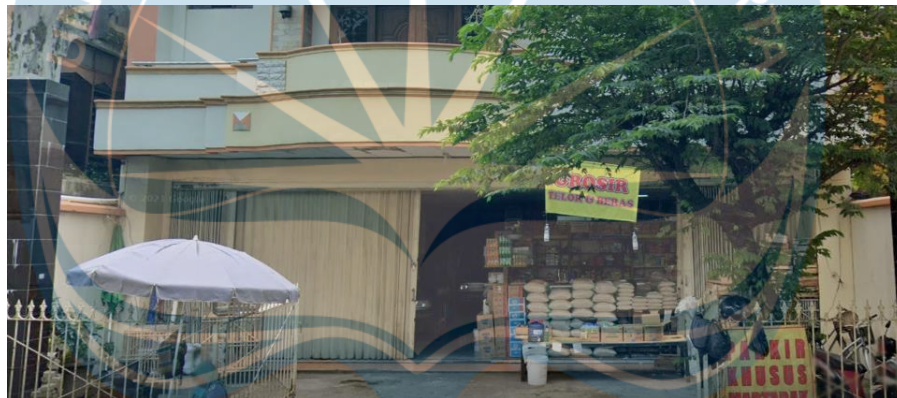


BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini yaitu *Retail Sukses Baru* yang dapat dilihat pada Gambar 3.1. dimana telah dilakukan perizinan sebelumnya dengan pemilik *retail*. *Retail Sukses Baru* merupakan *retail* yang menjual barang kabutuhanehari-hari dan sembako. *Retail Sukses Baru* berlokasi di Jl. Affandi No.32, Demangan, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Retail* ini beroperasi pada jam 06.00-15.00 dari hari Senin-Sabtu dan tutup pada hari Minggu. Data yang digunakan merupakan data penjualan *Retail Sukses Baru* selama 3 bulan dari bulan Desember 2020 hingga Februari 2021 serta data kuesioner yang didapat pada bulan Juni 2021 hingga Juli 2021.



Gambar 3.1. *Retail Sukses Baru*

3.2. Pendahuluan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan dibutuhkan data-data dan informasi yang digunakan untuk memperbaiki masalah yang ada pas *Retail Sukses Baru*.

3.2.1. Observasi Awal

Kegiatan observasi yang dilakukan berguna untuk mengetahui kondisi *retail* secara nyata sehingga dapat ditemukan perumusan masalah. Selain itu dilakukan perizinan secara resmi kepada pemilik *Retail Sukses Baru* sebagai objek penelitian. Observasi awal dilakukan pada akhir bulan Oktober 2020.

3.2.2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan pada proses ini dimaksudkan untuk mempertegas perumusan masalah dan batasan penelitian yang dilakukan. Pada tahap ini dilakukan wawancara dengan pemilik *Retail* Sukses Baru guna mengetahui informasi data yang tersedia untuk penelitian, permasalahan *retail* dari segi pandang pemilik, perilaku konsumen yang datang untuk membeli, serta karakteristik barang yang dijual.

3.2.3. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Pada tahap ini dilakukan perumusan masalah yang ada pada ritel tentang perencanaan penataan produk. Perumusan masalah di dapatkan dari hasil pengamatan serta wawancara tentang masalah yang muncul dan dialami oleh *Retail* Sukses Baru

3.3. Studi Pustaka dan Penentuan Metode

Studi pustaka dilakukan untuk mengetahui penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebagai dasar penelitian sekarang. Setelah dilakukan studi pustaka maka ditentukan metode yang sesuai untuk digunakan dalam melakukan penelitian.

3.4. Pengambilan Data

Pada tahap ini dilakukan pengambilan data yang digunakan untuk penelitian. Data yang diambil dari *Retail* Sukses Baru merupakan data penjualan selama tiga bulan yaitu Bulan Desember, Januari, dan Februari. Selain itu juga dilakukan pengambilan data kuesioner dari konsumen *Retail* Sukses Baru menyangkut prioritas pilihan kategori barang dengan metode wawancara. Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan sesuai dengan ketentuan menurut Hair (2010), yaitu ukuran sampel yang ideal dan representatif tergantung dari jumlah pertanyaan pada indikator penelitian yang dikali dengan nilai 5-10. Dikarenakan jumlah pertanyaan yang digunakan sebanyak 3 item, maka jumlah minimal sampel dalam penelitian ini sebanyak $3 \times 10 = 30$ orang. Sedangkan jumlah sampel yang didapat yaitu 60 orang sehingga sudah memenuhi jumlah minimal sampel yang dibutuhkan.

3.5. Pengolahan Data

Data yang sudah didapat kemudian diolah dengan menggunakan metode *inti Based Costing* untuk data penjualan. Sedangkan untuk data kusioner kemudian diolah sebagai *merchandise hierarchy*.

3.6. Analisis Data

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap data penjualan dan kuesioner yang telah diolah. Pada data penjualan yang diolah dilakukan analisis pengelompokan barang yang didapat sesuai dengan metode ABC sehingga didapat kelompok prioritas barang yang ada pada *Retail Sukses Baru*. Selain itu dilakukan analisis kategori prioritas pula pada data kuesioner yang telah diolah sehingga dapat diketahui kategori apa yang didahulukan konsumen dalam mencari suatu barang yang kemudian diteruskan untuk membentuk *merchandise hierarchy*

3.6.1. Analysis Based Costing

Data yang diperlukan dalam *Analysis Based Costing* yaitu data penjualan pada *Retail Sukses Baru* dalam 3 bulan yaitu pada bulan Desember, Januari, dan Februari. Data yang didapat tersebut dikelompokkan sesuai dengan kategori jenis barang yang digunakan PT.Unilever yaitu *food and refreshment, beauty and personal care*, serta *home care* (Unilever, <https://www.unilever.co.id/about/setiap-u-beri-kebaikan/>, diakses pada 28 Mei 2021). Setelah itu pada data yang dikelompokkan tiap kategorinya memiliki urutan prioritas pembelian per item sesuai dengan pembelian konsumen yang dikelompokkan kembali sesuai dengan ketentuan metode *Analysis Based Costing*. Adanya analisis yang dilakukan yaitu sebagai faktor pertimbangan untuk menyusun planogram sesuai dengan minat pembelian konsumen. Pada perhitungan dengan metode ABC maka dibutuhkan perhitungan untuk kontribusi permintaan, kontribusi permintaan kumulatif, kelas, dan kontribusi barang. Perhitungan kontribusi permintaan didapatkan melalui hasil bagi total penjualan satu barang dalam 3 bulan dengan jumlah keseluruhan total penjualan semua barang. Perhitungan permintaan kumulatif didapatkan melalui penjumlahan secara kumulatif dari kontribusi permintaan yang telah dihitung. Perhitungan kelas didapatkan melalui hasil permintaan kumulatif dengan nilai 80%, 15%, dan 5% dari data yang sudah dihitung. Serta untuk perhitungan kontribusi barang didapatkan melalui pembagian jumlah jenis barang yang ada pada suatu kelas dibagi dengan jumlah keseluruhan jenis barang.

3.6.2. Merchandise Hierarchy

Data yang diperlukan dalam pembuatan *merchandise hierarchy* merupakan data kuesioner yang didapat dari konsumen *Retail Sukses Baru* yang diambil pada Bulan Juni 2021 sampai Juli 2020. Data kusioner yang didapat kemudian dikelompokkan sesuai dengan kategori barang yang juga disebutkan pada kuesioner yaitu *Food and*

Refreshment, Beauty and Personal Care, serta *Home care*. Tiap-tiap kategori barang kemudian disimpulkan tingkatan tertinggi prioritasnya dari harga, varian, dan merek. Adanya analisis yang dilakukan yaitu sebagai faktor pertimbangan untuk menyusun planogram sesuai dengan minat kriteria pencarian barang konsumen

3.7. Usulan Alternatif dan Rancangan Planogram

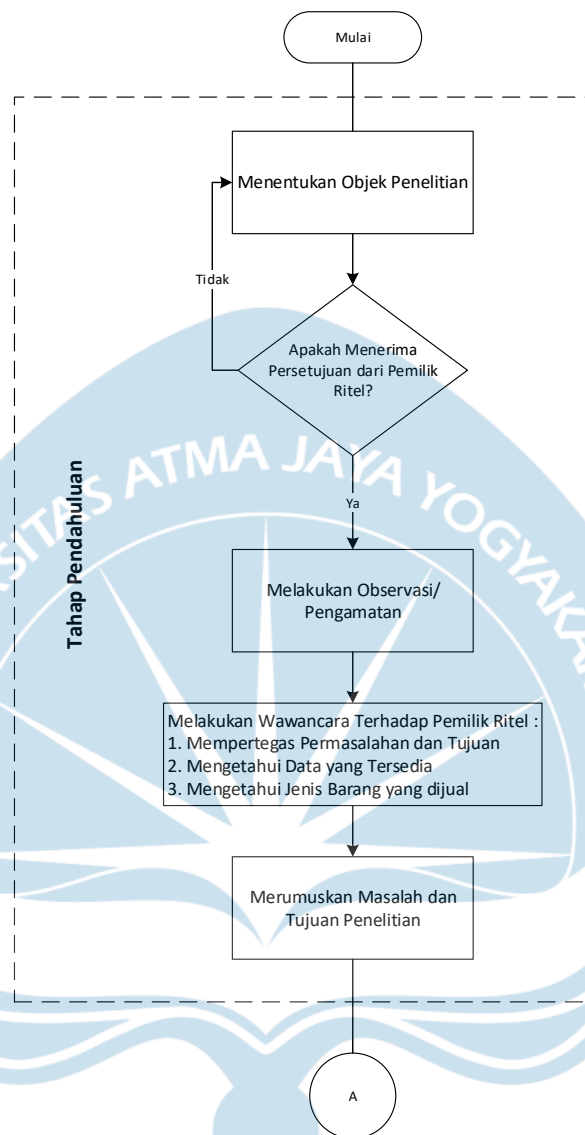
Pada tahap ini dilakukan pembuatan alternatif-alternatif usulan planogram yang telah dibentuk dari tahap-tahap sebelumnya sesuai dengan frekuensi pengecekan barang. Untuk itu dilakukan perhitungan jumlah minimal *display* produk dalam penyusunan usulan planogram. Perhitungan jumlah minimal *display* produk ini dilakukan dengan cara mencari rata-rata penjualan produk dalam kurun waktu tertentu dan membandingkannya dengan jumlah minimal pemesanan produk tersebut pada distributor. Selain itu usulan planogram juga mempertimbangkan hubungan kegunaan produk yang dipajang. Planogram yang diusulkan bertujuan untuk mempermudah *Retail Sukses Baru* dalam menata barang dagangannya, mengurangi barang yang rusak serta membantu penyetokan barang, serta meningkatkan keinginan pembelian tidak terencana dari konsumen sehingga dapat meningkatkan profit *Retail Sukses Baru* dan dapat bersaing dengan *retail modern*.

3.8. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan hasil dari analisis sesuai data yang ada pada penelitian yang dilakukan di *Retail Sukses Baru*.

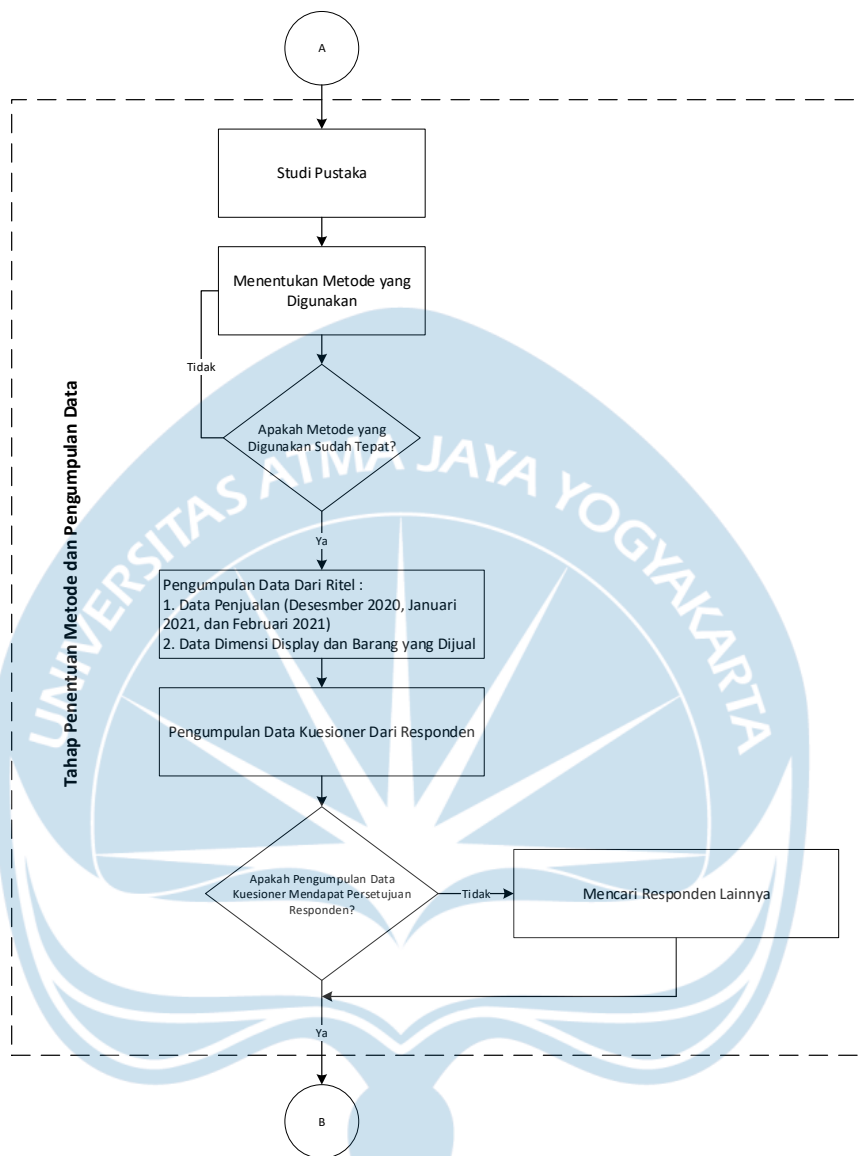
3.9. Diagram Alir Metodologi Penelitian

Pada langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan maka dapat dibentuk diagram alir metodologi penelitian seperti pada Gambar 3.2, Gambar 3.3, dan Gambar 3.4.



Gambar 3.2. Diagram Alir Metodologi Penelitian Tahap Pendahuluan

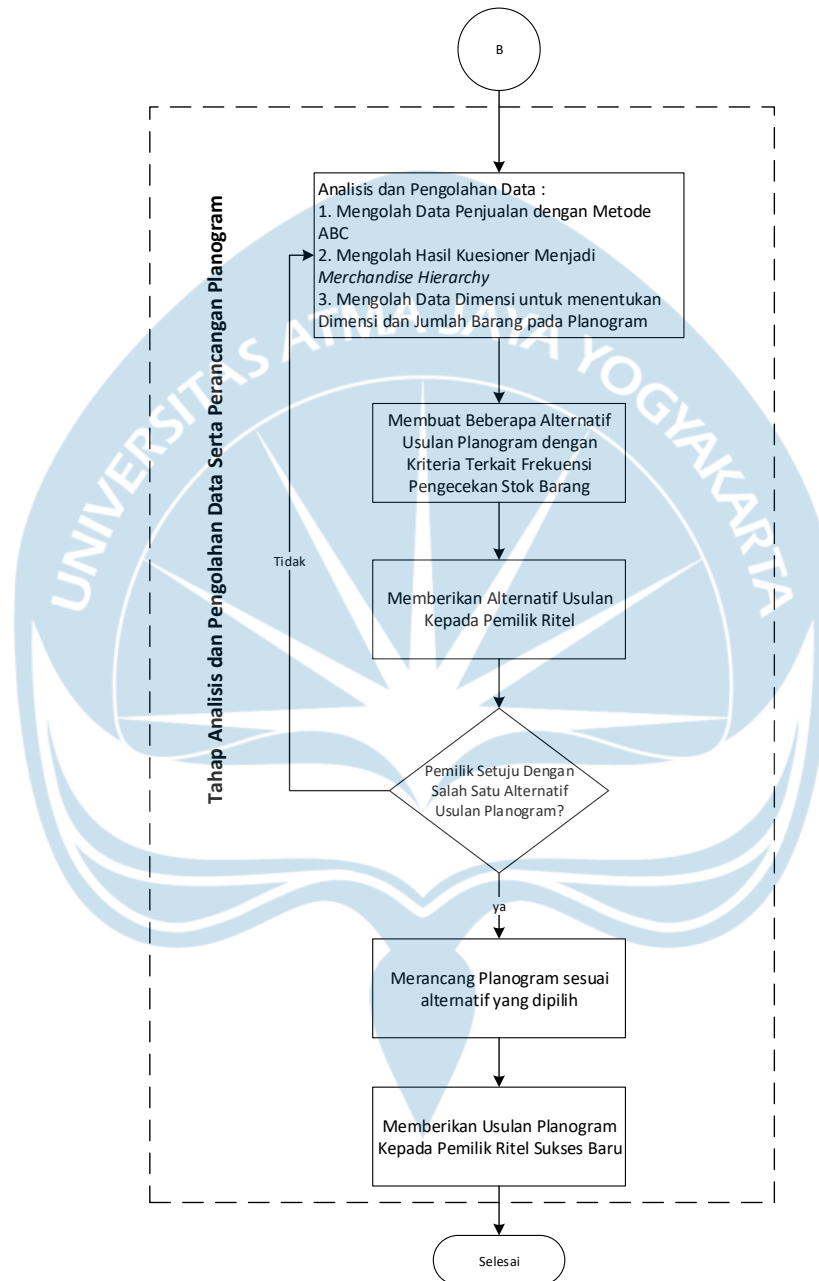
Diagram alir penelitian pada Gambar 3.2. menunjukkan langkah-langkah metodologi penelitian pendahuluan yang dimulai dari menentukan objek penelitian yang kemudian apabila disetujui oleh pemilik ritel maka melakukan observasi atau pengamatan. Setelah dilakukan kedua tahap tersebut maka dilakukan wawancara kepada pemilik *retail* untuk mempertegas rumusan masalah serta tujuan penelitian, selain itu juga untuk mengetahui jenis barang yang dijual dan data yang tersedia.



Gambar 3.3. Diagram Alir Metodologi Penelitian Tahap Penentuan Metode dan Pengambilan Data

Setelah itu pada tahap penentuan metode dan pengumpulan data dilakukan studi pustaka serta penentuan metode dan apabila metode sudah tepat maka kemudian dilanjutkan dengan pengambilan data dari *retail* yaitu data penjualan serta data dimensi dan data kuesioner pada konsumen. Apabila dalam penentuan metode masih belum tepat maka dilakukan studi pustaka kembali untuk hingga mendapatkan metode yang tepat. Pada pengambilan data kuesioner, apabila responden menolak untuk diwawancarai maka mencari responden yang lain sesuai

dengan kriteria yang telah tentukan. Namun bila Responden mengizinkan maka data akan dilakukan wawancara untuk pengambilan data.



Gambar 3.4. Diagram Alir Metodologi Penelitian Tahap Analisis dan Pengolahan Data Serta Perancangan Planogram

Pada tahap analisis pengolahan data serta perancangan planogram pada data kuesioner diolah untuk mendapatkan hasil *merchandise hierarchy* dan pada data

penjualan diolah dengan metode ABC. Setelah dilakukan pengolahan maka selanjutnya menyusun alternatif-alternatif usulan planogram dari tambahan data dimensi dan jumlah barang *display*. Alternatif-alternatif usulan yang diberikan yaitu terkait frekuensi pengecekan stock barang. Usulan alternatif yang dimaksud yaitu frekuensi pengecekan stok barang dengan waktu yang sama untuk semua katagori barang dan pada usulan alternatif yang lainnya yaitu dengan frekuensi pengecekan stok barang yang bervariasi. Setelah memberikan usulan alternatif, apabila salah satu usulan diterima maka dilanjutkan dengan merancang planogram sesuai dengan alternatif yang dipilih dan jika tidak maka dilakukan kembali pengolahan dan analisis data. Setelah dilakukan usulan perancangan planogram maka usulan planogram diberikan kepada *Retail* Sukses Baru.

