

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian pada saat melakukan Kuliah Praktik Bisnis mengenai penataan produk pada Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Tidak adanya *planogram* yang membuat barang-barang tidak tertata dengan rapi karena belum memiliki alamat yang pasti. Selain itu, barang-barang yang terdapat dalam swalayan juga terlihat masih berantakan. Hal ini menyebabkan banyaknya kardus-kardus yang masih menumpuk di lantai maupun di rak.
- b. Tidak adanya perhitungan barang untuk kategori barang yang *fast moving* maupun *slow moving*. Hal ini menyebabkan penumpukan barang akibat kelebihan stok dan juga adanya kekurangan barang.
- c. Terdapat barang yang kosong yang di dalam rak karena karyawan yang tidak mengetahui bahwa barang tersebut memang kosong, karyawan yang tidak sempat menata produk. Barang kosong yang terdapat pada rak memberikan kesan bahwa rak terlihat tidak rapi.
- d. Adanya *price card* yang tertera pada rak tidak jelas, selain itu juga *price card* yang tercantum tidak sesuai dengan barang yang terdapat pada rak. Hal ini mempengaruhi minat beli konsumen dan membuat konsumen bingung mengenai harga pada produk tersebut.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diterapkan berbagai alternatif sebagai berikut:

- a. Menghitung produk kategori *fast moving* dan *slow moving* dengan menggunakan metode pareto. Dengan mengetahui produk yang *fast* dan *slow moving*, maka dapat ditentukan penempatan produk pada rak serta

dapat mengetahui barang apa yang perlu di pesan lebih banyak dan sedikit sehingga tidak terjadi penumpukan barang.

- b. Melakukan pengalokasian barang sesuai dengan kategori barangnya. Pengkategorian barang ini dilakukan untuk dapat mempermudah mencari barang yang dibutuhkan oleh konsumen dan juga memudahkan dalam proses penataan barang.
- c. Melakukan perancangan *planogram* di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya sesuai dengan alamatnya sehingga produk terlihat rapi dan menarik. Selain itu juga memudahkan karyawan dalam mengecek barang baik yang ada di rak maupun di gudang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktik

Saran yang diberikan setelah melakukan Kuliah Praktik Bisnis di Swalayan Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan penggantian *price card* selama sebulan 1 kali sehingga pihak swalayan mengetahui apabila terjadi perubahan harga.
- b. Produk yang diletakkan pada rak harus sesuai dengan *price card* produk dan melakukan penataan barang sesuai dengan kategorinya.
- c. Melakukan pengecekan bagi produk yang rusak sehingga produk tidak dibiarkan menumpuk di gudang dan dapat segera diretur untuk diganti dengan produk yang baru kepada pihak *supplier*.
- d. Rak yang kosong sebaiknya diisi dengan produk yang *fast moving* sehingga produk tidak terlihat kosong di dalam rak atau dapat juga dengan meletakkan produk yang sedang promo.
- e. Mengevaluasi dari penerapan *planogram* untuk ke depannya sehingga dapat tercipta kenyamanan dalam berbelanja bagi para konsumen.

5.2.2 Saran Akademik

Proses Kuliah Praktik Bisnis selanjutnya diharapkan agar mahasiswa dapat melakukan perancangan *planogram* dan menerapkan *planogram* bagi swalayan. Selain itu, *planogram* yang dirancang tersebut membahas kategori yang berbeda dan lebih luas. Dengan adanya perancangan *planogram* ini dapat diterapkan oleh swalayan untuk dapat meningkatkan penjualan di swalayan dan juga memudahkan karyawan dalam menata produknya serta konsumen dalam mencari barang-barang yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, Barry and Joel R. Evans, 2006, *Retail Management A Strategi Approach*, Edisi 10, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hartono, J., 2013, *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Edisi 6, Yogyakarta.
- Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita Surabaya, <http://setiabhaktiwanita.com/>, diakses tanggal 20 Mei 2016
- Levy, M., dan A. Weitz, 2009, *Retailing Management*, New York: McGraw-Hill.
- Ma'ruf, H., 2006, *Pemasaran Ritel*, Edisi 1, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- McGoldrick, 2002, *Retail Marketing*, New York: McGraw-Hill Education.
- Moleong, L, J, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Purhantara, W., 2010, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutiono, R J., 2009, *Visual Merchandising Attraction Senjata Merayu yang Paling Ampuh agar Orang Membeli Apa pun yang Anda Jual*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Pengoperasian. Presiden Republik Indonesia, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2012 Tentang Pengoperasian. Presiden Republik Indonesia, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Pengoperasian. Presiden Republik Indonesia, Jakarta.
- Utami, C W., 2006, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.

Utami, C W., 2008, *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*, Edisi 1, Malang: Bayupedia Publishing.

www.hero.co.id, diakses pada tanggal 23 Mei 2016.