

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis ritel saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat. Masuknya peritel-peritel asing dan maraknya toko-toko online menjadikan tantangan tersendiri bagi Matahari Dept Store. Meskipun pertumbuhan sales masih terus mengalami pertumbuhan, namun terlihat terjadinya perlambatan pertumbuhan dalam kurun 4 tahun terakhir. Hal ini diteliti lebih dalam lagi di salah satu gerai Matahari di Surabaya yaitu Matahari Dept Store Plasa Surabaya, juga menunjukkan adanya perlambatan pertumbuhan sales. Dari 10 jenis kategori produk yang ditawarkan di gerai MDS, ditemukan salah satu kategori produk yaitu produk *youth girl* mengalami pertumbuhan sales yang minus.

Berangkat dari permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan menurunnya produk *youth girl* di MDS Plasa Surabaya. Pendekatan penelitan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan berasal dari hasil wawancara dari pelanggan, karyawan dan juga manajemen MDS Plasa Surabaya. *Fokus Group Discussion* juga dilakukan untuk memperdalam analisa penyebab menurunnya penjualan. Analisa dilakukan dengan menggunakan fishbone diagram, dan divalidasi dengan metode triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menjadi penyebab menurunnya penjualan produk *youth girl* di MDS Plasa Surabaya disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun penyebab dari faktor-faktor internal meliputi : 1) sirkulasi toko yang padat, 2) promosi yang tidak fokus/tumpang tindih, 3) size kurang lengkap, 4) siklus promosi sudah terbaca oleh customer, 5) program-program promosi dari divisi *online* MatahariStore.Com di gerai-gerai offline semakin mendorong terjadinya shifting transaksi ke online, 6) *Product knowledge* SPG dianggap masih rendah, 7) antrian kasir dan fasilitas eskalator sering macet. Sedangkan penyebab dari faktor-faktor eksternal yaitu : 1) tersedia produk-produk yang sama di online shop, 2) *account-account online* shop berbasis media sosial yang menampilkan produk-produk Matahari, 3) adanya perubahan pola belanja customer remaja ke online, dan 4) hadirnya mall-mall baru dengan fasilitas hiburan dan entertainment yang lebih lengkap di Surabaya.

**Kata Kunci** : *ritel dept. store, fishbone, online shop*

**ABSTRACT**

The development of retail business is currently experiencing a very tight competition. The entry of foreign retailers and the growth of online shopping make a challenge for the Matahari Dept. Store. Despite the growth in sales is still happend to grow, but the decelaration of growth has seen for the last four years is seen. This is further examined in one of Matahari outlets in Surabaya, which in Matahari Dept. Store Plasa Surabaya also indicates a slowdown in sales growth. Among the 10 types of product categories offered at MDS outlets, one of the product categories found in youth girl products ran into a minus sales growth.

Starts from the problems above, this study aims to examine what factors that cause the decline in youth girl products in MDS Plasa Surabaya. The research approach used in this research is qualitative approach. The types and sources of data used come from interviews from customers, employees and management of MDS Plasa Surabaya. The focus of Group Discussion was also conducted to deepen the analysis of the causes of declining sales. The analysis was done by using fishbone diagram, and validated by triangulation method.

The results showed that the factors that caused the decline of youth girl product sales in MDS Plasa Surabaya caused by internal factors and external factors. The causes of internal factors include: 1) dense store circulation 2) non-focus / overlapping promotion, 3) incomplete size, 4) promotion cycle already read by the customer, 5) promotion programs from the online division MatahariStore.Com in offline stores increasingly encourage shifting transactions to online, 6) SPG's Product knowledge is considered still low, 7) cashier queue and escalator facilities are often stuck. While the causes of external factors are: 1) the same products are available in the online shop, 2) social media-based online shop accounts featuring Matahari products, 3) Teen customers' changing pattern of shopping to online and 4) presence of new malls with more complete entertainment facilities.

**Keywords** : *departement store retail, fishbone, online shop*