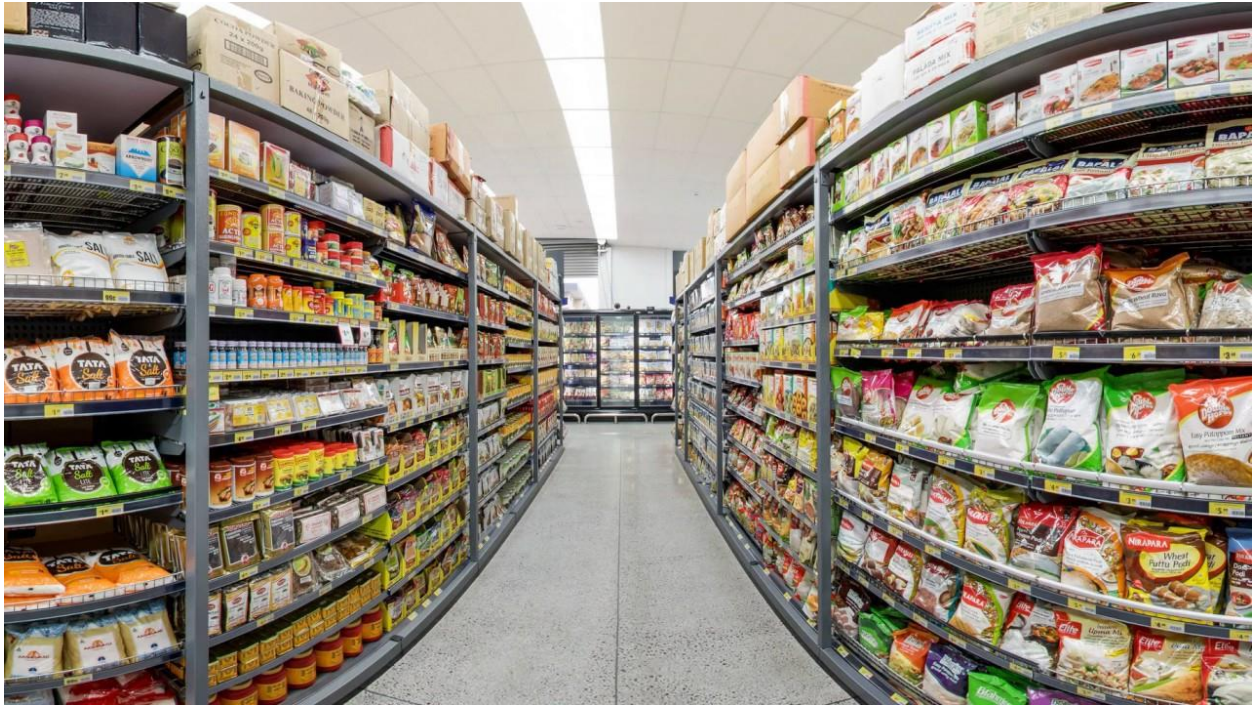


# **BAHAN AJAR PENATAAN PRODUK**



## **MATERI**

**Pengertian, Lingkup ,Jenis dan Kriteria Penataan  
Produk**

**Oleh:**

**IRFAN**

**SMK NEGERI 1 MAKASSAR**

**2020**

### **Kompetensi Dasar (KD)**

- 3.1. Memahami penataan produk, food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport
- 4.1. Melakukan pengelompokan penataan produk food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport dalam kegiatan usaha.

### **Indikator Pencapaian Kompetensi (IPK)**

- 3.1.1. Mendeskripsikan pengertian dan fungsi penataan produk
- 4.1.1. Mengelompokkan penataan produk food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport produk drink food, fresh, kosmetik, fashion, dan sport di supermarket.

### **Tujuan Pembelajaran:**

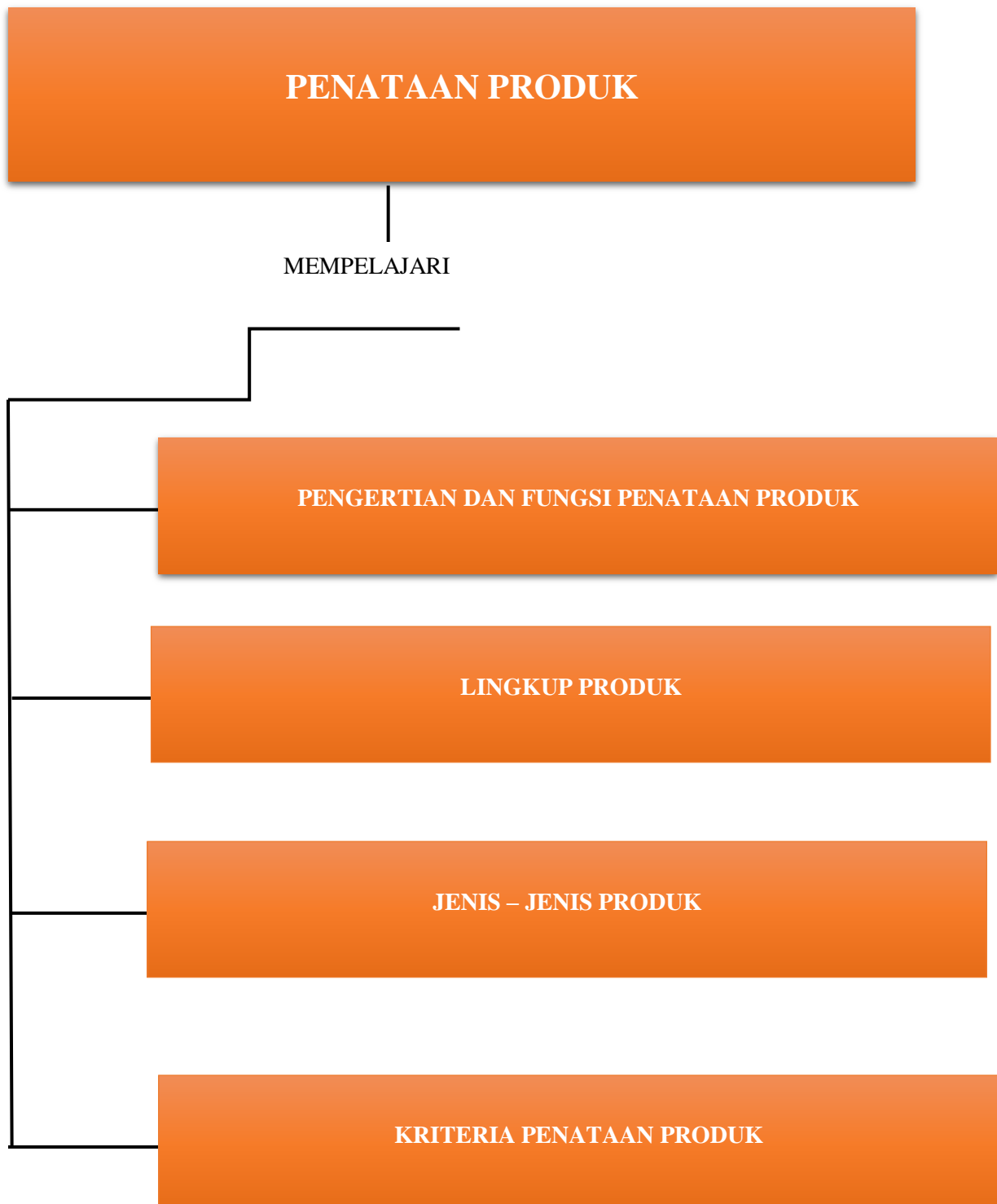
Melalui kegiatan pembelajaran dengan menggunakan pendekatan saintifik dan model *Discovery Learning*, peserta didik diharapkan dapat **Mendeskripsikan** pengertian dan fungsi penataan produk serta mampu **Mengelompokkan** penataan produk drink food, fresh, kosmetik, fashion, dan sport di supermarket. **dengan teliti, cermat dan tanggung jawab**

### **Deskripsi materi:**

Bahan Ajar Penataan Produk merupakan rangkuman dasar penunjang dalam mempelajari mata pelajaran penataan produk bagian kompetensi 3.1 dan 4.1 yang mana berisi materi pembelajaran tentang Pengertian, Lingkup, Jenis dan Kriteria Penataan Produk

# URAIAN MATERI

## Peta konsep materi



## A. MENDESKRIPSIKAN PENATAAN PRODUK

Bisnis pemasaran memerlukan sebuah komunikasi antara produsen dengan konsumen untuk mempromosikan barang secara langsung agar dapat menarik minat calon pembeli terhadap produk yang dipromosikan. Salah satu komunikasi antara produsen dengan pelanggan dapat terjadi melalui gambaran visual, layout maupun penataan produk di dalam toko. Penataan produk merupakan suatu peragaan untuk mempengaruhi konsumen melalui demonstrasi pemajangan barang sehingga memperoleh kesan sendiri bagi konsumen.

### 1. PENGERTIAN DAN FUNGSI PENATAAN PRODUK

Secara umum, display adalah suatu usaha yang dilakukan untuk menata produk di toko/supermarket sedemikian rupa sehingga mendorong keterkaitan calon pembeli untuk melihat dan memutuskan membelinya.

Adapun pengertian penataan produk (display) menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. **William J. Shultz**, menyatakan “*Display consist of simulating customers attention and interest in a product or a store, and desire to buy the product or patronize the store, through direct visual appeal*”. Display adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*direct visual appeal*).
2. **Menurut Ngadiman** (2008 : 329) Menyatakan bahwa Display adalah tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapian dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.
3. **Menurut Buchari Alma** (2004:189) “ *Display* ialah keinginan membeli sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.”
4. **Menurut Swasta dan Sukotjo** dalam bukunya Pengantar Bisnis Modern (2009 : 18) display adalah mempromosikan barang-barang kepada konsumen agar mereka mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa “Display adalah kegiatan dari suatu perusahaan untuk memajangkan barang dagangan, baik dalam ruangan maupun diluar ruangan untuk dapat mempengaruhi calon konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap barang yang akan dijual”.

Fungsi utama display adalah memperlihatkan produk-produk yang dijual kepada konsumen. Display harus memiliki daya tarik bagi konsumen agar menimbulkan keinginan untuk mengetahui lebih banyak lagi tentang produk tersebut. Penataan produk yang menarik perhatian dan mudah dimengerti dapat membuat konsumen terdorong untuk membeli.

Lalu, apa saja faktor yang menentukan keberhasilan suatu display? Apa saja jenis-jenis display, dan bagaimana sesungguhnya penataan produk supermarket, fresh, fashion, dan sport ? Mari kita mempelajari bab ini untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

### 2. LINGKUP DAN JENIS – JENIS PRODUK

Pengelompokkan produk secara garis besar, ada produk food, fresh, kosmetik, fashion dan sport. Pada pembahasan yang pertama ini akan dibahas tentang produk yang di supermarket yang meliputi beberapa bagian berikut ini.

- a. Produk Food



Produk food, yaitu meliputi semua makanan dan minuman , khusus makanan ringan (*snack*) yang banyak dikonsumsi oleh anak-anak.

1. Milk dan milk product (susu untuk bayi sampai dewasa)
2. Biskuit (sejenis wafer dan cracker)
3. Drink (jenis minuman berenergi, obat, soda, atau jus)
4. Canned food (makanan yang diawetkan dalam kaleng, seperti sarden, corned, dan sebagainya.)
5. Snack (makanan ringan, termasuk hasil industri rumah tangga, misalnya kerupuk, kacang – kacang, dan sebagainya.)
6. Seasoning (aneka macam bumbu masak lokal, nasional, dan internasional).
7. Local basic (sembilan bahan pokok atau sembako, seperti beras, telur, minyak dan sebagainya)
8. Bakery (roti tawar, roti manis dan sebagainya)
9. Baking needs( jenis – jenis bahan untuk pembuatan kue, seperti oven, pernis, TBM dan sebagainya).
10. Candies dan chocolate (permen dan coklatnya)
11. Noodles (Mie dan sejenisnya)
12. Breakfast( untuk sarapan minum seperti kopi, teh, sereal dan sebagainya)
13. Cooking oil (minyak goreng seperti sania, bimoli, avena dan sebagainya)
14. Syrup (minuman sari buah seperti sirup ABC, marjan,dan sebagainya)
15. Dry goods (Makanan yang diawetkan dengan cara dikeringkan seperti ikan asin, kacang tanah, kacang kedelai, dan sebagainya)
16. Cigarette (rokok)

Jenis barang food yang di supermarket telah ditentukan berdasarkan pembagiannya dan sifatnya. Sifat produk food adalah perbedaan sifat atau karakter antara barang satu dengan lainnya, pada departemen yang sama, misalnya perbedaan sifat drink dan biskuit, yaitu bersifat minuman dan makanan yang sama ada pada departemen produk food.

#### b. Produk Fresh

Produk fresh tersebut dikelola oleh departemen fresh. Adapun yang dimaksud dengan departemen fresh adalah bagian dari supermarket yang menyediakan produk berupa bahan makanan yang masih segar ataupun yang sudah diolah dan memerlukan kondisi khusus, menggunakan peralatan yang memakai listrik, suhu udara di area tersebut diatur serta memiliki masa kadaluwarsa yang relatif singkat.

Produk fresh antara lain meliputi sayuran (*Vegetable*), buah(*Fresh fruit*), daging(*Fresh Meat*), susu, produk yang berasal susu (*dairy product*), dan produk yang dibekukan(*frozen*). Semua produk fresh tersebut harus benar – benar dijaga dengan benar karena memiliki masa kadaluwarsa relatif singkat.

Berikut adalah uraian tentang produk – produk fresh tersebut.

1. *Vegetable*(Sayuran)





Sayur mayur di antaranya meliputi :

- a. Sayuran daun
  - b. Sayuran buah dan bunga
  - c. Sayuran umbi dan akar
  - d. Sayuran beku
  - e. Jamur
2. Fresh Fruit (Buah)



Buah di antaranya meliputi :

- a. Buah lokal  
Buah lokal, yaitu buah buahan dari dalam negeri seperti jeruk bali, salak jogja, durian dan sebagainya
  - b. Buah impor, yaitu buah – buahan yang berasal dari luar negeri. Seperti kurma, apel, per, mangga thailand dan sebagainya.
3. Fresh Meat (Daging)



Produk fresh ini memiliki masa kadaluwarsa yang sangat singkat apabila tidak diolah atau dibekukan. Produk ini meliputi :

- a. Daging ayam,
  - b. Daging sapi,
  - c. Ikan,
  - d. Decatessen.
4. Dairy Product



Dairy product, yaitu produk susu dan produk yang berasal dari pengolahan susu. Dairy terdiri dari atas :

- a. Dairy lokal, misalnya susu mentah termasuk susu cap kuda liar sumbawa.
- b. Dairy internasional, misalnya youghurt, butter, keju dan sebagainya.

## 5. Frozen



Frozen, yaitu barang-barang yang dibekukan, misalnya:

- a. Daging yang masih segar atau baru datang dari supplier
- b. Sayuran yang masih segar
- c. Chicken nugget
- d. Ice cream, dan sebagainya.

## c. Produk Fashion dan Sport

### 1. Produk fashion

Produk fashion adalah suatu produk yang mempunyai ciri – ciri khusus yang tepat dan mewakili style yang sedang tren dalam suatu kurun waktu tertentu. Fashion merupakan tanda dari suatu periode waktu, seringkali fashion menggambarkan kebudayaan, perasaan, pemikiran, dan gaya hidup orang-orang dalam satu kurun waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan fashionable jika produk – produk tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut

- a. Konsumen bersedia untuk meluangkan waktu, uang, dan tenaganya untuk memperoleh produk ini.
- b. Merupakan produk yang dapat mempertinggi image retailer dan traffic konsumen
- c. Merupakan produk berbeda dengan produk sejenisnya (dalam hal style) yang dikeluarkan oleh kompetitor.

Sementara itu, seorang pemerhati mode akan melihat produk yang fashionable berdasarkan hal – hal berikut.

- a. Produk yang berorientasi pada kehidupan masyarakat di sekitarnya
- b. Produk yang dapat memberikan kesenangan pada dirinya
- c. Produk yang memungkinkan pemakaiannya dapat diterima secara terbuka oleh lingkungan, menonjolkan diri, dan mendapat rasa percaya diri yang tinggi
- d. Produk yang memiliki nilai estetika dan dapat dijadikan sebagai gambaran status sosial bagi pemakainya.



Secara umum produk fashion terbagi atas pakaian wanita, pakaian pria, toiletris, kosmetik, tas, dan aksesoris.

### 2. Produk Sport

Produk sport merupakan produk yang menunjang kegiatan olahraga dan memiliki jenis-jenis seperti produk fashion di antaranya, baju olahraga, sepatu olahraga, topi olahraga, bahan dan alat perlengkapan olahraga.

Di bawah ini yang termasuk dalam produk olahraga

#### 1. Seragam olahraga

Seragam olahraga ini ditentukan berdasarkan jenis olahraganya seperti sepak bola, voli, basket dan sebagainya.



## 2. Sepatu olahraga

Sepatu olahraga memiliki ragam jenis yang sesuai dengan fungsinya masing-masing seperti sepatu sepak bola, sepatu lari (joging), sepatu voli, sepatu renang dan sebagainya.



## 3. Perlengkapan olahraga

Perlengkapan olahraga adalah produk yang menunjang kegiatan olahraga yang berupa bahan peralatan olahraga yang sesuai jenis olahraganya misalnya raket, bola, pemukul, net, gawang dan sebagainya.



## 3. KRITERIA PENATAAN PRODUK

Kriteria penataan produk telah ditentukan berdasarkan SOP (Standard Operating Procedure). Masing-masing penataan produk baik itu food, fresh, fashion, dan sport memiliki kriteria standar operasional yang berbeda-beda. SOP Penataan adalah langkah-langkah yang harus ditempuh pada penataan untuk menarik perhatian konsumen untuk keputusan untuk membeli.

### a. SOP Penataan Produk Food

SOP penataan produk food di swalayan dan di supermarket paling awal yang harus diperhatikan adalah penggunaan ruangan. Penggunaan ruangan harus disesuaikan sebagai berikut.

#### 1. Kategori Produk

Produk food terdiri dari berbagai macam jenis. Dan tentunya produk food ini merupakan produk yang dikonsumsi oleh konsumen dan harus dipisahkan dengan produk nonfood yang tidak boleh terkontaminasi dengan produk food seperti cairan pembersih serangga yang tidak boleh berdekatan dengan mie instan.

Sehingga penataan produk food akan ditata sesuai berdasarkan fungsi produk tersebut contoh produk minuman akan ditata di area khusus minuman dan makanan akan ditata di area khusus makanan.

#### 2. Ukuran Kemasan

Dalam penataan harus memperhatikan faktor keamanan apabila produk itu riskan atau mudah bocor. Untuk produk tersebut, penataan tidak dibenarkan ditempatkan di bagian atas. Penataan yang kategori kecil ditempatkan di bagian atas dan yang kategori besar ditempatkan di bagian bawah.

### b. SOP Penataan Produk Fresh



Standar Operating Procedure (SOP) penataan produk fresh tidak jauh berbeda dengan produk lainnya. Perbedaan hanya dalam alat atau tempat pemajangan produk. Jika produk food menggunakan rak, wagon maka produk fresh menggunakan showcase chiller, kulkas atau pendingin (alat pemajangan untuk buah, sayur, daging dan dairy). Selain itu area produk fresh biasanya dibuat suatu ruangan seperti dapur umum yang letaknya jauh dari keramaian.

Kriteria Penataan produk fresh telah di atur berdasarka SOP yang berlaku, seperti

1. Adanya ventilasi atau saluran udara yang baik
  2. Adanya etalase
  3. Perlengkapan area fresh lengkap seperti showcase, alat timbang, cool room, nampan, chiller, bins, plastik wrapping
- c. SOP Penataan Produk Fashion dan Sport
- SOP dalam penataan produk fashion untuk visual merchandising langkah langkahnya adalah sebagai berikut.
1. Penataan barang baru
  2. Penataan barang tidak lengkap
  3. Teknik pemajangan

### **Rangkuman Materi:**

1. Penataan Produk adalah kegiatan dari suatu perusahaan untuk memajangkan barang dagangan, baik dalam ruangan maupun diluar ruangan untuk dapat mempengaruhi calon konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap barang yang akan dijual
2. Fungsi utama display adalah memperlihatkan produk-produk yang dijual kepada konsumen. Display harus memiliki daya tarik bagi konsumen agar menimbulkan keinginan untuk mengetahui lebih banyak lagi tentang produk tersebut
3. Produk food, yaitu meliputi semua makanan dan minuman , khusus makanan ringan (*snack*) yang banyak dikonsumsi oleh anak anak.
4. Produk fresh adalah produk berupa bahan makanan yang masih segar ataupun yang sudah diolah dan memerlukan kondisi khusus, menggunakan peralatan yang memakai listrik, suhu udara di area tersebut diatur serta memiliki masa kadaluwarsa yang relatif singkat
5. Produk fashion adalah suatu produk yang mempunyai ciri – ciri khusus yang tepat dan mewakili style yang sedang tren dalam suatu kurun waktu tertentu.
6. Produk sport merupakan produk yang menunjang kegiatan olahraga dan memiliki jenis jenis seperti produk fashion di antaranya, baju olahraga, sepatu olahraga, topi olahraga, bahan dan alat perlengkapan olahraga.
7. SOP Penataan Produk Food
  - a. Kategoori produk
  - b. Ukuran kemasan
8. SOP Penataan Produk Fresh
  - a. Adanya ventilasi atau saluran udara yang baik
  - b. Adanya etalase
  - c. Perlengkapan area fresh lengkap seperti showcase, alat timbang, cool room, nampan, chiller, bins, plastik wrapping
9. SOP Penataan Produk Fashion dan Sport
  - a. Penataan barang baru
  - b. Penataan barang tidak lengkap
  - c. Teknik pemajangan

### **Daftar pustaka**

Drs Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, S.Pd, 2006 Menata Produk Untuk Tingkat SMK Bisnis dan Manajemen. Sukabumi:Yudhistira

Yudi Andriyanto, 2019 Penatan Produk, Jakarta: Bumi Aksara

Dwi Hartuti dkk, 2019 Penataan Produk, Semarang : Erlangga