

BAHAN AJAR

PENATAAN PRODUK



MATERI

- Tujuan Penataan Produk
- Tujuan Pengelompokkan Produk
- Syarat Penataan Produk
- Hal – Hal Yang Perlu Dihindari Dalam 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)

- 3.1.2. Menjelaskan tujuan penataan produk
- 3.1.3. Menentukan Syarat – syarat penataan produk
- 4.1.1. Melakukan penataan produk food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport

Tujuan Pembelajaran:

Melalui kegiatan pembelajaran dengan menggunakan pendekatan saintifik dan model *Discovery Learning*, peserta didik diharapkan dapat Menjelaskan tujuan penataan produk, Menentukan Syarat – syarat penataan produk, Melakukan penataan produk food, fresh dan kosmetik di supermarket, fashion dan sport. **dengan teliti, cermat dan tanggung jawab**

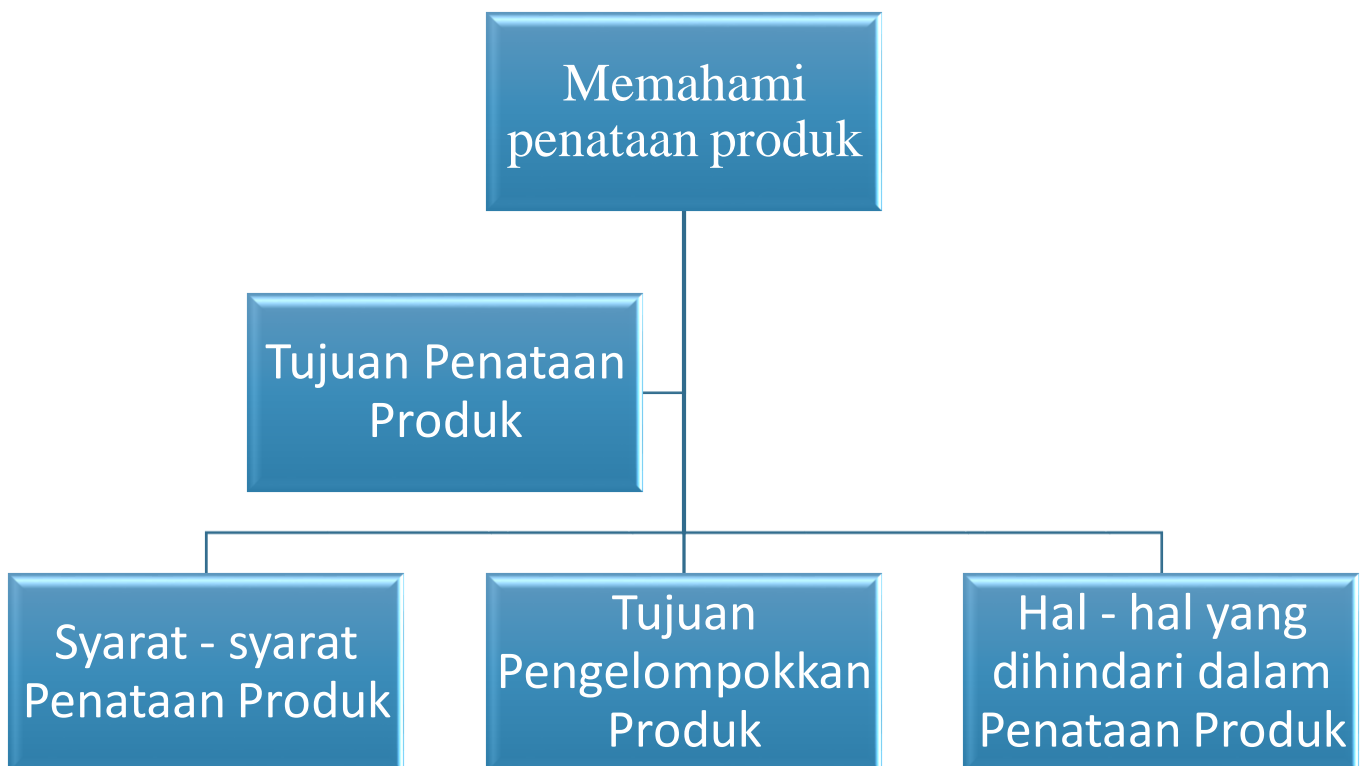
Deskripsi materi:

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 Tujuan Penataan Produk, tujuan pengelompokan produk, syarat penataan produk, dan hal hal yang harus dihindari dalam penataan produk.

URAIAN MATERI



Peta Konsep Materi



Tahukah kamu?

Ketika berjalan-jalan di department store atau supermarket, barangkali Anda tidak pernah hirau mengapa barang A diletakkan di sebelah kiri, mengapa B di sebelah kanan, mengapa daging dan sayuran segar ditaruh di belakang, mengapa consumer goods di depan.

Tahukah Anda bahwa penataan letak barang-barang itu tidak semata-mata didasarkan pada aspek dekoratif, melainkan juga memperhitungkan faktor sifat barang,

tingkat kebutuhan dan kebiasaan berbelanja pengunjung. Salah satu fungsi dari pengaturan tata letak toko adalah memberikan ruang yang tepat untuk tampilan, pencobaan produk, dan pemeriksaan. Tata letak harus bisa menentukan ruang-ruang yang digunakan untuk menempatkan produk di masing-masing departemen di lokasi terbaik sesuai dengan kebutuhan penjualan departemen masing-masing.

A. MEMAHAMI PENATAAN PRODUK

1. TUJUAN PENATAAN PRODUK

Pelaksanaan display yang baik merupakan salah satu cara untuk memperoleh keberhasilan *self service* dalam menjual suatu barang – barang kepada konsumen. Dalam melaksanakan display, ada berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Di antaranya bertujuan untuk mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk di toko tersebut.

Oleh karena itu, penataan produk harus dilakukan dengan terencana, terorganisir, kreatif, informatif, dan komunikatif. Bila dilihat dari sudut pandang pemasaran, tujuan penataan produk memiliki dua tujuan mendasar, yaitu sebagai berikut.

a. Attention And Interest



Gambar 2.2 Display dengan tujuan menarik perhatian konsumen
Sumber : <https://pmmwikrama.wordpress.com/2016/12/20/alat-bantu-display/>

demikian, tidaklah berlebihan bila para pelaku usaha retail perlu memberikan perhatian lebih pada kegiatan penataan produk.

b. Desire And Action

Desire dan aku customer yang dapat diterjemahkan menimbulkan keinginan-keinginan calon pembeli sehingga tertarik untuk memiliki barang-barang yang dipamerkan atau dipajang di toko tersebut dengan cara menghias tempat dagang, memberikan label harga yang besar bila memberikan diskon, bahkan menghias barang dagangan dengan hiasan yang menarik dan melengkapinya dengan perlengkapan lainnya. tujuan display barang semacam ini cenderung mengarah pada kenyamanan dan kemudahan bagi calon pembeli dalam melihat serta memilih produk. hal yang perlu kita tangkap disini adalah kenyamanan dan kemudahan karena dua kata ini sangat dibutuhkan dan disenangi oleh para calon pembeli. saat calon pembeli nyaman, mereka akan dengan senang melihat dan memilih produk yang dicari. Hal ini tentu akan membuat calon pembeli lebih betah di toko guna mencari atau memilih produk yang mereka butuhkan titik Hal sebaliknya bila calon pembeli merasa tidak nyaman dan merasa kesulitan dalam melihat dan mencari orang, tentunya



Gambar 2.1 Tujuan Penataan Produk

Sumber: <https://blog.ruangguru.com/tipe-tipe-penataan-produk>



Gambar 2.3 Display produk dengan tujuan disire customer

Sumber : <https://m.solopos.com/info-belanja-centro-diskon-produk-fashion-hingga-80-854076>

mereka akan cepat meninggalkan tempat jualan yang dikunjunginya. akibatnya, peluang penjualan akan hilang.

Jadi tujuan pokok penataan produk yaitu :

1. Untuk menarik konsumen agar membeli barang yang ditawarkannya.
2. Untuk menimbulkan minat beli konsumen pada barang yang dipajangnya
3. Untuk mendorong konsumen agar berkeinginan untuk membeli barang yang ditawarkan

dari tujuan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan display pada dasarnya yaitu :

1. Agar barang tertata rapi dan nyaman dipandang serta memberikan suasana toko yang menarik.
2. Untuk menarik pelanggan karena kondisi barang yang bagus.
3. Agar mudah dalam melakukan pengecekan jumlah dan keadaan suatu barang.
4. Mempermudah pembeli dalam mencari dan memilih barang
5. Mempermudah karyawan dalam melayani dan mengamankan barang.
6. Memberikan kenyamanan dalam berbelanja.
7. Meningkatkan penjualan dan mengurangi kemungkinan pencurian.



Gambar.2.4 Adanya display yang baik memudahkan konsumen untuk memilih barang yang diinginkan

Sumber : <https://www.hipwee.com/tips/tips-belanja-di-supermarket/>

2. SYARAT PENATAAN PRODUK

Syarat penataan produk merupakan salah satu hal yang tidak kalah pentingnya untuk mempengaruhi pelanggan agar mereka tertarik terhadap produk yang dijual. Oleh karena itu, sebagai kesan pertama dari pengunjung toko tersebut, barang-barang dagangan yang dipajang di dalam ruangan toko ataupun di etalase harus ditata sedemikian rupa sehingga kelihatan rapi, serasi dan menarik bagi setiap orang terutama calon pembeli. Tentunya untuk penataan barang-barang ini diperlukan keahlian khusus kreasi dan seni yang tinggi agar penataan terlihat menarik. Oleh karena itu, kita perlu menyewa orang-orang yang ahli dalam dekorasi penataan barang. Dengan harapan agar bisa dipakai sebagai dasar atau contoh atau acuan untuk penataan berikutnya.

Penataan barang sebaiknya setiap saat diubah agar tidak membosankan dan disesuaikan dengan keadaannya. Hal yang perlu diperhatikan ialah bagaimana bentuk, warna, ukuran, tempat dan perlengkapan-perengkapan lainnya itu dipadukan sehingga penataan barang-barang itu kelihatan rapi dan menarik. Menata barang dagangan harus dilengkapi dengan informasi keadaan toko dan barang yang dijualnya. Hal ini dimaksudkan agar calon pembeli lebih mengenal barang dan semakin besar peminat untuk mengadakan transaksi. Semakin banyak barang yang ditampilkan semakin mudah pula calon pembeli menentukan pilihannya. Oleh karena itu display harus disajikan berdasarkan sudut pandang pembeli. Selain yang juga penata toko atau Lay Out sebagai sarana strategis yang dapat dimanfaatkan dengan efektif untuk ditata rapi sehingga memberikan ruang gerak yang bebas bagi calon pembeli. Ruang gerak yang bebas calon pembeli merasakan kenikmatan dalam berbelanja. Di sisi lain toko juga harus memperhatikan kemudahan calon pembeli untuk memilih barang-barang yang dibutuhkannya maka letakkanlah barang dengan posisi mudah dilihat dan dijangkau.

Dalam menjalankan aktivitas penataan produk para peritel harus memperhatikan aspek-aspek penting yang merupakan syarat dalam mewujudkan penataan produk yang baik yaitu sebagai berikut :

1. Display Bersih dan Rapi

Kerapian dan kebersihan barang maupun tempat pajang sangat penting untuk menarik minat pembeli supaya bersedia untuk menarik minat pembeli supaya bersedia untuk melihat dari dekat produk yang ditawarkan.

2. Display Mudah Dicari

Salah satu cara untuk membuat pembeli nyaman dan betah berbelanja adalah tersedianya berbagai kemudahan kemudahan. Untuk itu, barang yang dipajang di rak haruslah menurut kelompoknya atau grouping serta petunjuk barang yang umumnya digantung diatas.

3. Display Mudah Dilihat

Dalam memajang label barang dan label harga pada rak pajangan haruslah menghadap ke depan atau ke luar sehingga dengan mudah dapat melihat tanpa menyentuh barang

4. Display Mudah Dijangkau

Pada umumnya pengunjung toko adalah para wanita yang memiliki tinggi badan antara 150 cm sampai 160 cm. untuk itu dalam menata barang haruslah memperhitungkan ketinggian peralatan display yang disesuaikan dengan tinggi badan agar mudah untuk dijangkau. demikian juga untuk barang kebutuhan sehari-hari jangan diletakkan pada tempat yang tersembunyi.



Gambar. 2.5 Salah syarat display adalah display mudah dijangkau oleh konsumen

Sumber: <https://ekbis.sindo news.com/berita/1441280/34/hero-supermarket-buka-gerai-baru-di-casa-domaine-jakarta>

5. Display Memenuhi Aspek Keamanan

Display harus memperhatikan aspek keamanan baik keamanan bagi pengelola toko dari potensi potensi kehilangan, maupun keamanan bagi pengunjung atau konsumen yang berada di dalam toko. Berkaitan dengan aspek keamanan ini para peritel biasanya tidak akan menempatkan barang-barang yang mudah dipecah di sembarangan. barang-barang yang mahal terutama yang fisik ukurannya kecil biasanya dipajang di etalase. Barang-barang kemasan kaleng yang cukup berat juga biasanya ditempatkan pada selve paling bawah untuk menghindari risiko timbulnya cedera bagi pengunjung terutama anak-anak jika barang tersebut terjatuh.

6. Display Informatif dan Komunikatif

Display yang dilakukan oleh peritel harus informative dan komunikatif para peritel dapat memanfaatkan alat-alat bantu seperti shelf talker, standing poster, signage dan jenis-jenis point of purchase (POP) materials yang lain

7. Display Menarik

Menarik mencakup perpaduan warna bentuk kemasan kegunaan barang serta adanya tema atau tujuan yang pada akhirnya bermuara pada suasana berbelanja yang menyenangkan. pengaturan display yang logis menuju pada keinginan pembeli untuk mengambil barang dengan mempertimbangkan: produk yang tepat cocok; tempat yang benar; saat yang pas; susunan yang memikat; dan harga yang menarik.



Gambar 2.6. Display harus menarik bagi konsumen

Sumber: https://id.pinterest.com/jokaragiannis/_saved/

8. Display Mengacu Logika Konsumen

Logika konsumen dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang meliputi cara berpikir kebiasaan atau kecenderungan psikologis konsumen yang mempengaruhi perilaku mereka saat berbelanja dan berada di dalam toko. Ada beberapa hal yang penting harus diperhatikan dalam melakukan display yang seharusnya pada “logika” konsumen. Sebagai contoh kebanyakan konsumen yang memiliki kebiasaan belanja secara bulanan biasanya sudah mengetahui secara persis barang-barang apa saja yang harus mereka beli pada saat berbelanja. saat berada di dalam toko, konsumen seperti ini akan memulai “perburuan” mencari barang-barang yang ia butuhkan dengan berjalan dari lorong kelorong secara teratur. Display yang mengacu dalam logika logika Konsumen tidak hanya melahirkan nilai tambah kemudahan yang merasakan langsung oleh konsumen atau pengunjung toko tetapi juga membantu para peri dalam hal pengaturan display secara keseluruhan misalnya dalam mensiasati display produk produk impuls agar lebih baik dan efektif

3. HAL – HAL YANG DIHINDARI DALAM PENATAAN PRODUK

Selain 8 syarat-syarat di atas adapun hal-hal yang harus dihindari dalam melakukan penataan produk sebagai berikut:

- a. Barang kotor.
- b. Label barang hilang.
- c. Kemasan rusak.
- d. Berubah warna.
- e. Kaleng berkarat atau penyok.
- f. Isi kemasan hancur.
- g. Barang bocor atau berlubang atau robek.
- h. Kadaluarsa atau expired date



Gambar 2.7 Salah satu hal yang harus dihindari adalah kemasan rusak

Sumber: <https://www.bikin.co/blog/ini-adalah-masalah-produksi-yang-sering-ditemui-dalam-bisnis-makanan-dan-cara-mengatasinya/>

Di samping hati itu dalam melaksanakan penataan barang ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar tidak terjadi seperti yang di atas yang telah disebutkan:

- a. Dalam meletakkan barang di rak jangan ditumpuk karena hal ini akan mempersulit pembeli untuk mengambil barang dan tumpukan tersebut dapat jatuh dan membahayakan pembeli pada saat memilih barang.
- b. Harus diupayakan stok barang pada rak display dalam keadaan penuh apabila persediaan barang tinggal sedikit maka letakkan sisa barang dan rapatkan pada pojok depan rak
- c. Produk dan merek untuk barang-barang yang perputarannya cepat maka jumlah barang yang didisplay harus lebih banyak dibandingkan barang yang perputarannya kecil
- d. Apabila menata produk pada rak susun maka ukuran kemasan yang paling kecil diletakkan pada rak atas atau ukuran kemasan paling besar diletakkan pada paling bawah. contoh; pada rak susun 4 maka kemasan 250 gram diletakkan paling atas 400 gram di bawahnya, kemasan 750 gram dibawah 400 gram dan kemasan 1 kg berada pada paling bawah.
- e. Label harga dan informasi barang atau ticket fungsinya untuk membantu penjualan. Untuk memudahkan penglihatan maka label harga diletakkan pada pandangan kiri konsumen di bawah produk.
- f. Untuk menata barang-barang fashion di rak maka cara menempatkannya mulai dari kiri ke kanan, yakni dari ukuran kecil dan ukuran besar di sebelah kanan.



Gambar 2.8 Penataan Produk Fashion

Sumber: <http://goresan-iendar.blogspot.com/2014/12/modul-penataan-barang-dagangan.html>

4. TUJUAN PENGELOMPOKKAN PRODUK

Kegiatan pengelompokan barang dagangan mempunyai tujuan bagi perusahaan dagang ataupun bagi konsumen. Tujuan pengelompokan barang bagi produsen atau penjual, yaitu sebagai berikut.

- a. Memudahkan dalam kegiatan penyimpanan barang di gudang.
- b. Memudahkan dalam kegiatan penataan barang di ruang ataupun di rak pajang
- c. Memudahkan penjual dalam melakukan kegiatan pelayanan terhadap konsumennya.
- d. Memudahkan dalam kegiatan pengambilan barang dari gudang atau ke tempat pemajangan.
- e. Memudahkan dalam melakukan kegiatan pengawasan dan pemeliharaan barang dagangan.

Adapun tujuan pengelompokan barang dagangan bagi pembeli atau konsumen yaitu sebagai berikut.

- a. Memudahkan pembeli dalam memilih produk yang diinginkan atau dibutuhkan.
- b. Memudahkan pembeli dalam menyebutkan produk.
- c. Mengingatkan pembeli terhadap produk.



Gambar 2.9. Memudahkan Konsumen dalam memilih barang
Sumber: <http://www.rumahumkm.net/2017/06/teknik-display-produk-di-pasar-modern.html>

RANGKUMAN

1. Tujuan penataan produk, yaitu : a) *Attention and Interest*, b) *Desire and Action*.
2. Tujuan pokok penataan produk yaitu :
 - a) Untuk menarik konsumen agar membeli barang yang ditawarkannya.
 - b) Untuk menimbulkan minat beli konsumen pada barang yang dipajangnya
 - c) Untuk mendorong konsumen agar berkeinginan untuk membeli barang yang ditawarkan
3. Syarat dalam mewujudkan penataan produk yang baik yaitu sebagai berikut :
 - a) Display Bersih dan Rapi
 - b) Display Mudah Dicari
 - c) Display Mudah Dilihat
 - d) Display Mudah Dijangkau
 - e) Display Memenuhi Aspek Keamanan
 - f) Display Informatif dan Komunikatif
 - g) Display Menarik
 - h) Display Mengacu Logika Konsumen
4. hal-hal yang harus dihindari dalam melakukan penataan produk sebagai berikut:
 - a. Barang kotor.
 - b. Label barang hilang.
 - c. Kemasan rusak.
 - d. Berubah warna.
 - e. Kaleng berkarat atau penyok.
 - f. Isi kemasan hancur.
 - g. Barang bocor atau berlubang atau robek.
 - h. Kadaluarsa atau expired date

Daftar pustaka

Dwi Hartuti dkk, 2019 Penataan Produk, Semarang : Erlangga

Hendi Susanto dkk, 2018 Penataan Produk, Bandung : HUP

Yudi Andriyanto, 2019 Penatan Produk, Jakarta: Bumi Aksara