DISPLAY DI BAGI MENJADI 3 BAGIAN (WINDOWS DISPLAY, INTERIOR DISPLAY, DAN EXTERIOR DISPLAY)

Artikel Sebelumnya adalah [Pengertian Penataan Produk dan Tujuan Display](http://agilfadillah.blogspot.com/2014/10/penataan-produk-dan-tujuan-display.html) , pada kesempatan kali ini saya akan memposting pembagian display dalam beberapa bagian, yaitu *windows display, interior display, dan exterior display.*

|  |
| --- |
| <http://2.bp.blogspot.com/-gGKkVzk72oU/VDy2qFJ3sRI/AAAAAAAABUA/_0Rv1yLqZP0/s1600/images%2B(7).jpg> |
| *Window Display* |

1. *Window Display*

*Window Display,*yaitu memanjangkan barang - barang, gambar - gambar, kartu harga, simbol - simbol, dan sebagainya di bagian depan toko, yang disebut etalase. Dengan demikian, calon konsumen yang lewat di depan toko diharapkan akan tertarik dengan barang - barang tersebut dan ingin masuk ke dalam toko. Window display ini mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

- Untuk menarik perhatian konsumen yang     lewat.  
- Menyatakan kualitas yang baik atau harga yang murah sebagai ciri khas dari toko tersebut.  
- Memancing perhatian terhadap barang - barang istimewa yang dijual di toko.  
- Untuk menimbulkan *impluse buying*(dorongan seketika)  
- Agar menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko.

1. *Interior Display*

*Interior Display,  yaitu memanjangkan barang - barang, gamar - gambar, kartu harga, dan*

|  |
| --- |
| <http://1.bp.blogspot.com/-mV42_62HMOA/VDy4mru1cjI/AAAAAAAABUM/fDxtAQDSCHc/s1600/unduhan%2B(8).jpg> |
| *Interior Display* |

poster di dalam toko. pemajangan ini dapat dilakukan antara lain di lantai, meja, dan rak - rak. *Interior display*ini ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut.

a.*Open Display  
  
Open Display,*yaitu barang -barng dipajangkan pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dihampiri dan dipegang, dilihat dan diteliti oleh calon pembeli tanpa bantuan petugas pelayanan, misalytnya *self display, islan display*(barang - barnag diletakkan di atas lantai dan ditata dengan baik sehingga menyerupai pulau - pulau), dan sebagainya.

|  |
| --- |
| <http://1.bp.blogspot.com/-qL553nNAcGQ/VDy8zedgIhI/AAAAAAAABUY/EZe5rGXfE2I/s1600/images%2B(8).jpg> |
| *Open Display* |

b. *Closed Display*  
*Closed Display,*yaitu barang dipajangkan dalam susana tertutup. Barang - barang tersebut tidak dihampiri dan dipegang atau diteliti oleh calon pembeli, kecuali atas bantuan petugas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk melindungi barang dari kerusakan, pencurian, dan sebagainya.

|  |
| --- |
| <http://3.bp.blogspot.com/-VLpj1ZXGtPk/VDy-HEvYm8I/AAAAAAAABUk/oM5_87ae-S0/s1600/unduhan%2B(9).jpg> |
| *Closed Display* |

c. *Architectrual Display*  
*Architectrual Display,*yaitu memperlihatkan barang - barang dalam penggunaanya, misalnya di ruang tamu, di kamar tidur, di dapur, dengan perlengkapanya. Cara ini dapat memperbesar daya tarik karena barang - barang dipertunjukan secara realistis.

|  |
| --- |
| <http://2.bp.blogspot.com/-fgvOKk307Sc/VDy_s2YJnwI/AAAAAAAABUw/SuL79F5Cyvw/s1600/Provoke_Studios_Architectural_Photography_Vancouver_Solterra_Developments_Keefer.jpg> |
| *Architectrual Display* |

1. *Exterior Display  
   Exterior Display,*yaitu penataan yang dolaksanakn dengan memajangkan barang - baramng di luar toko, misalnya pada waktu mengadakan obral dan pasar malam. *Display*ini mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

|  |
| --- |
| <http://3.bp.blogspot.com/-e2RpZo20Jh0/VDzB09cN6II/AAAAAAAABU8/0A2wKFwLAFw/s1600/hats.and.sausage_3.10.jpg> |
| *Exterior Display* |

1. a. memperkenalkan suatu produk secara cepat ddan ekonomis,  
   b. membantu para produsen menyalurkan barang - barangnya dengan cepat dan ekonomis,  
   c. membantu mengkoordinasikan *advertising*dan *merchandising,*  
   d. menyebabkan adanya kontinuitas skema dan tema warna dari pembungkus, dan  
   e. membangun hubangan baik dengan masyarakat, misalnya pada hari raya, ulang tahun, dan lain sebagainya.

          Selain ketiga macam *display*yang telah saya uraikan di atas, perlu diperhatikan beberapa hal dalam *display,*yaitu sebagai berikut.

1. *Store design*dan *decoration  
   Store design*dan *decoration,*yaitu tanda - tanda yang berupa di antaranta simbol - simbol. lambang - lambang, poster - poster, gambar - gambar, bendera - bendera. Tanda - tanda ini diletakan di atas meja atau di gantung di dalam toko. *Store design*tersebut digunakan untuk membimbing calon pembeli ke ara barang dagangan dan memberi keterangan kepada mereka tentang penggunaan barang - barang tersebut. *"Decoration"*pada umumnya digunakan dalam rangka peristiwa khusus, seperti penjualan pada saat - saat hari raya, natal, dan tahun baru.
2. *Dealer display  
   Dealer display,*yaitu penataan yang dilaksanakan dengan cara *wholesaler*yang teridiri atas simbol - simbol dan petunjuk - petunjuk tentang penggunaan produk. Dengan memperlihatkan kegunaan produk dalam gambar, dan petunjuk, maka *display*ini juga memberi peringatan kepada para petugas agar mereka tidak memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan petunjuk yang ada dalam gambar tersebut.

.Materi Pembelajaran  
Barang dapat diartikan “sebagai atribut dan secara fisik dapat diraba dalam bentuk nyata”  
Produk menurut J.Stanton adalah :”Suatu sifat kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna,harga,prestise perusahaan dan pengecer, serta pelayanan perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya”.  
Barang-barang dapat dikelompokkan menjadi  
1. Kelompok Barang berdasarkan kepuasan segera dan kesejahtreraan konsumen jangka panjang  
a. Solutary Product (barang yang bermanfaat)  
Barang-barang yang mempunyai daya tarik sangat rendah, tetapi dapat memberikan manfaat yang sangat tinggi kepada konsumen dalam jangka panjang. Contoh detergen dengan fosfat sangat rendah  
  
b. Deficient Product (barang yang kurang sempurna)  
Barang-barang yang tidak mempunyai daya tarik tinggi, tetapi tetap mempunyai manfaat untuk konsumen. Contoh obat-obatan yang rasanya pahit, tetapi manjur mengobati penyakit  
  
c. Pressing Product (barang yang sifatnya menyenangkan)  
Barang-barang yang segera memberikan kepuasan kepada si pembeli, akan tetapui dapat berakibat sangat buruk bagi para pemakai barang tersebut. Contoh rokok, minuman keras, ganja, kokain  
  
d. Desirable Product (barang yang sangat diperlukan)  
Barang yang dapat memberikan kepuasan dengan segera dan dapat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Contoh makanan dan minuman  
  
2. Kelompok barang menurut tujuan pemakaian  
a. Barang konsumsi (Consumer Goods)  
Barang yang dibeli untuk dikonsumsi dan didasarkan atas kebiasaan membeli dari konsumen.  
Barang konsumsi dapat dibedakan lagi menjadi:  
1). Convenience goods (barang kebutuhan sehari-hari)   
a). Barang pokok yaitu, barang yang dibeli secara tetap misalnya beras, sabun, pasta gigi  
  
b). Barang impulsive yaitu, barang yang dibeli tanpa perencanaan misalnya permen, coklat , ice  
  
c).barang darurat yaitu, barang yang dibeli atas dorongan kebutuhan misalnya payung di saat hujan   
  
2). Shopping goods (barang belanjaan),  
Barang yang pembeliannya perlu dipertimbangkan, harga relative mahal, perbandingan mutu dll misalnya mobil, motor, peralatan rumah tangga, pakaian  
  
3). Speciality goods (barang khusus),  
Barang dengan cirri khas yang mampu menarik konsumen dalam berbelanja, misalnya mobil mewah dan gaun malam yang mewah  
  
4). Unsought goods (barang yang tidak dicari)  
Barang-barang yang tidak diketahui atau diketahui konsumen namun secara normal tidak berpikir untuk membelinya, missalnya asuransi jiwa, batu nisan dan tanah kuburan  
  
b. Barang industry (Industrial Goods)  
Barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri. Konsumen atau pembeli dari barang-barang ini adalah perusahaan, lembaga, organisasi termasuk organisasi non profit atau organisasi yang tidak berorientasi mencari laba.  
Barang industri dapat digolongkan menjadi :  
1). Bahan dan suku cadang, barang-barang yang seluruhnya masuk dalam produk jadi al:  
a) Bahan baku,meliputi barang hasil pertanian, yaitu barang yang dihasilkan dari proses pengolahan tanah dan tanaman misalnya beras, kapas, ternak, buah-buahan dan sayur-sayuran. Dari hasil alam misalnya kayu, minyak bumi, bijih besi  
  
b).Bahan jadi dan suku cadang, meliputi bahan komponen , umumnya masih diolah kembali misalnya benang menjadi kain  
  
2).Barang modal, barang-barang yang sebagian masuk ke hasil barang jadi akhir. Barang ini meliputi :  
a). Instalasi, yaitu alat produksi utama dalam sebuah pabrik atau perusahaan yang dapat digunakan untuk jangka panjang, misalnya tangga berjalan, computer, generator, dan mesin bor  
  
b).Peralatan ekstra (tambahan), yaitu alat-alat yang dipakai untuk membantu instalasi. Peralatan ini terdiri atas peralatan pabrik dan perkakas yang mudah dibawa, misalnya perkakas tangan dan alat pengungkit. Peralatan ekstra juga meliputi peralatan kantor, misalnya mesin tik, mesin teleks dan meja kantor.  
  
3). Pembekalan dan pelayanan (Supplies and services), merupakan padanan dari barang-barang kemudahan di bidang industry karena barang-barang tersebut pada umumnya dibeli dengan usaha minimal dengan dasar pembelian kembali.  
a). Pembekalan operasional, misalnya batu bara, pita mesin tik, tinta printer dan minyak pelumas  
  
b). jasa nasihat bisnis, konsultasi bisnis manajemen dan biro iklan  
  
  
Karakteristik Barang Konsumsi  
No Karakteristik Barang Konsumsi Convenience Goods Shopping Goods Speciality Goods  
1 Waktu dan tenaga yang dikeluarkan Sangat sedikit Banyak sekali Mungkin membeli di too terdekat atau jauh  
2 Waktu untuk merencanakan pembeli Sangat sedikit Banyak sekali Banyak sekali  
3 Penawaran kebutuhan Dengan segera Relatife lama Relatif lama  
4 Apakah ada pembandingan kualitas dan harga Tidak Ya Tidak  
5 Harga Rendah Tinggi Tinggi  
6 Frekuensi pembelian Sering Jarang Jarang  
7 Penting/tidak penting Tidak penting Sering sangat penting Tidak dapat dilihat secara umum  
  
Desain penataan Produk  
Kompetensi Menginterpretasikan Perencanaan Visual Penataan Produk  
Kompetensi Dasar : Mengidentifikasi jenis dan spesifikasi barang  
Indikator : Mengidentifikasi barang-barang supermarket  
Materi Pembelajaran  
Barang supermarket meliputi departemen-departemen berikut ini :  
A. Departemen Food  
1. Milk dan milk product (susu untuk bayi sampai dewasa)  
  
2. Biscuits (sejenis wafer dan cracker)  
  
3. Drink (jenis minuman berenergi, obat, soda atau jus)  
  
4. Canned food (makanan yang diawetkan dalam kaleng, seperti sarden, corned)  
  
5. Snack (makanan ringan, termasuk hasil industry rumah tangga, misalnya kerupuk, kacang-kacangan)  
  
6. Seasoning (aneka macam bumbu masak local, nasional dan internasioal)  
  
7. Local basic (Sembilan bahan pokok seperti beras, telor, minyak dsbnya)  
  
8. Bakery (seperti roti tawar, roti manis)  
  
9. Baking needs (jenis-jenis bahan untuk pembuatan kue, seperti ovelet, pernifan,TBM)  
  
10. Candies dan chocolate (permen dan coklat)  
  
11. Noodles (mie dan jenis-jenisnya)  
  
12. Breakfast (untuk sarapan minum, sepertui kopi, tea,sereal)  
  
13. Cooking oil (minyak goreng seperti, Sania,Bimoli, Avena)  
  
14. Syrup (minuman sari buah, seperti sirup ABC, Marjan )  
  
15. Dry goods (makanan yang diawetkan dengan cara dikeringkan seperti ikan asin, kacang tanah, kacang kedelai)  
  
16. Cigarette (rokok)  
  
B. Departemen Non food  
1. Hair care (aneka bahan untuk perawatan rambut, seperti sampo, minyak rambut)  
  
2. Body care (aneka bahan untuk perawatan tubuh, seperti sabun mandi, hand and body)  
  
3. Skin care (aneka bahan untuk perawatan kulit, misalnya obat jerawat, pelembab, pemutih)  
  
4. Mouth care (aneka bahan perawatan gigi, seperti pasta gigi, sikat gigi, obat kumur seperti laserin)  
  
5. Cleaning aid (aneka bahan untuk pembersih dan pengharum lantai, pembersih pakaian)  
  
6. Insect killer (pembunuh serangga )  
  
7. Air freshness (pengharum ruangan)  
  
8. Tissue and piper product (aneka tisu dan kelengkapan wanita,misalnya tisu passeo, nice)  
  
9. Kosmetik tradisional (aneka kosmetik tradisional,misalnya alat lulur, sabun lulur) dan kosmetik internasional (Mirabella, olay, masker)  
  
10. Obat-obatan (aneka obat yang tidak dimakan, seperti handsaplast, bethadine)  
  
C. Departemen House Hold  
1. Electrical (peralatan yang menggunakan listrik, misalnya magic jar, setrika)  
  
2. Party wear (perlengkapan pesta, misalnya piring kertas, sendok plastic, gelas plastic)  
  
3. Seasonal goods (barang musiman seperti payung dan jas hujan)  
  
4. Luggage (tas dan koper)  
  
5. Hard ware (perlengkapan untuk bengkel, seperti palu, tang)  
  
6. Souvenir (barang pajangan, hiasan, dan cendera mata, misalnya jam)  
  
7. Plastic ware (perlengkapan rumah tangga dari bahan plastic)  
  
8. Kitchen ware (perlengkapan dapur, seperti kompor, wajan)  
  
9. Melamine ware (perlengkapan yang terbuat dari melamin seperti piring, sendok, garpu)  
  
10. Cleaning equipment (perlengkapan kebersihan, seperti sapu lantai, sapu pel, keset)  
  
11. Glass ware (perlengkapan dari kaca atau beling, misanya gelas, piring, cangkir)  
  
12. Cotton goods (kain katun, misalnya celana dalam dan kaos dalam)  
  
D. Departemen Toys  
Sebuah sarana atau tempat/barang-barang yang disediakan khusus untuk anak-anak.  
1. Soft toys (mainan yang lembut untuk perempuan)  
  
2. Battered operated toys for boys (aneka perlengkapan mainan anak laki-laki, seperti mobil-mobilan, pistol-pistolan robot-robotan)  
  
3. Battered operated toys for girls (aneka perlengkapan mainan anak perempuan, seperti boneka, alat untuk masak-masakan)  
  
4. Games (permainan tradisional dan internasional, misalnya ular tangga, bola basket, dan catur)  
  
5. Education toys the other (aneka mainan untuk pendidikan, misalnya catur, scrabel/ main menyusun huruf, leggo/mainan membuat kontruksi jembatan, rumah, gedung)  
  
E. Departemen Stationary (meliputi semua peralatan tulis dan kantor)  
1. Pensil  
2. Penghapus  
3. Penggaris   
4. Perkengkapan computer   
5. Perlengkapan mesin ketik  
  
F. Fresh Food  
1. Vegetable (sayuran)  
a. Sayuran daun   
b. Sayuran buah   
c. Sayuran bunga   
d. Sayuran umbi   
e. Sayuran akar   
f. Sayuran beku  
g. Jamur  
  
2. Fresh Fruit (buah)  
a. Buah local, yaitu buah-buahan dari dalam negeri, jeruk tebas, salak yogya,   
Salak Yogya ,Apel Malang ,Mangga Manalagi, Jeruk Tebas, Nanas Subang  
  
b. Buah Import, yaitu buah-buahan yang berasal dari luarnegeri  
Kurma Arab ,Apel Fuji, Durian Montong, Jeruk Mandarin  
  
3. Fresh Meat (Daging)  
Daging Ayam  
Daging Sapi  
Ikan  
Udang  
  
4. Dairy Product (produk susu dan produk yang erasal dari pengolahan susu)  
a. Dairy local , susu cap kuda liar Sumbawa  
b. Dairy internasional,  
Yogurt, butter ,Keju  
  
5. Frozen, barang-barang yang dibekukan  
a. Daging beku  
b. Sayuran  
c. Chicken nugget  
d. Ice cream  
  
  
Kompetensi Dasar : Persyaratan desain penataan produk diidentifikasi  
Indikator : 1. Menjelaskan pengertian display  
2. menyebutkan tujuan display  
3. Mengidentifikasi macam-macam display produk   
Pengertian Display menurut William J.Shultz : “Display consius 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)  
Tujuan display :  
1. Attention dan interest customer  
Untuk menarik perhatian para pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu-lampu dsbnya.  
2. Desire dan action customer  
Untuk menimbulkan keinginan memiliki barng-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah masuk ke toko, kemudian melakukan pembelian.  
Prinsip display adalah bagian dari promosi yang mampu memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan yang besar dalam meningkatkan volume penjualan barang di toko-toko tersebut  
5 hal yang mendorong kita untuk membuat display, menurut Herbert N. Casson  
a. Kecenderungan ilmu dagang dewasa ini mengarah kepada penjualan yang berdasarkan penglihatan  
b. Pertunjukkan terbukti lebih efektif daripada percakapan  
c. Sedikit sekali pelayan toko/pramuniaga yang terlatih atau professional  
d. Pemasangan iklan di suart-surat kabar telah menjadi hal yang biasa dan mahal biayanya  
e. Dengan pemajangan di etalase, kita mendekati calon pembeli dengan ongkos yang lebih murah dalam suasana jual beli dan dengan cara yang seefektif mungkin  
3 hal yang menuntut suatu display harus selalu trendy :  
a. Lambat laun orang yang melihatnya akan merasa bosan  
b. Barang-barang yang dipajangkan akan rusak karena sinar matahari dan tampak lusuh dan kotor  
c. Serolah-olah nampak statis keadaannya.  
3 faktor yang mempengaruhi perubahan suatu display :  
a. Selling the store, merupakan upaya untuk menciptakan imajinasi (image dan personality toko melalui pendisplayan barang-barang. Sehingga seluruh bagian dari toko ada kontak dengan customer atau dapat diterima  
b. Adanya konsistensi  
c. Visual Merchandise, bahwa keadaan toko itu sendiri merupakan suatu faktor yang mempengaruhi customer sendiri seperti jalan-jalan (sisle), counter, sign dll.  
  
  
8 Visual merchandise yang harus di wujudkan dalam display  
a. Unik  
b. Dramatis  
c. Menyenangkan  
d. Sesuai dengan kultur  
e. Mjudah dimengerti  
f. Menunjukkan penggunaan  
g. Mengundang kreativitas  
h. Menciptakan traffic konsumen  
  
Pendisplayan yang baik, teliti dan teratur akan memberikan lima kemudahan bagi konsumen maupun pihak perusahaan, yaitu :  
a. Mudah untuk dimengerti  
b. Mudah untuk dilihat  
c. Mudah nenilih  
d. Mudah diambil dan diletakkan kembali  
e. Mudah dirapikan  
  
Manfaat display bagi pihak perusahaan   
a. Meningkatkan penjualan  
b. Meningkatkan store image  
c. Meminimumkan out of stock (barang yang kosong)  
d. Mengidentifikasi laku tidaknya suatu produk  
  
Macam-macam display produk  
  
1. Window Display  
Memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu harga, simbol-simbol, dan sebagainya di bagian depan toko, yang disebut etalase. Calon konsumen yang lewat di depan toko diharapkan akan tertarik dengan barang-barang tersebut dan ingin masuk ke dalam toko  
window display.  
  
Tujuan Window display  
a. Untuk menarik perhatian konsumen yang lewat  
b. Menyatakan kualitas yang baik atau harga yang murah sebagai cirri khas dari toko  
c. Memancing perhatian terhadap barang-barang istimewa yang dijual di toko  
d. Untuk menimbulkan impulse buying (dorongan seketika)  
e. Agar menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko  
  
2. Interior display  
Memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu-kartu harga, dan poster-poster di dalam toko. Pemajangan dapat dilakukan di lantai, meja, dan rak-rak.  
Beberapa macam Interior display :  
  
a. Open display  
Barang-barang dipajangkan pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dihampiri dan dipegang, dilihat dan diteliti oleh calon pembeli tanpa bantuan petugas pelayanan,   
Termasuk open display  
Self display penataan barang yang diletakkan di atas lantai  
Island display penataan barang yang menyerupai pulau-pulau  
  
b. Closed display  
Barang dipajangkan dalam suasana tertutup, barang-barang tersebut tidak dihampiri dan dipegang atau diteliti oleh calon pembeli,kecuali atas bantuan petugas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk melindungi barang dari kerusakan, pencurian dsbnya.  
  
  
c. Architectural display  
Memperlihatkan barang-barang dalam penggunaannya, misalnya di ruang tamu, dikamar tidur, di dapur dengan perlengkapannya. Cara ini dapat memperbesar daya tarik karena barang-barang dipertunjukkan secara realistis.  
  
  
3. Exterior display  
Penataan yang dilaksanakan dengan memajankan barang-barang di luar toko, mis pada saat obral dan pasar malam. Fungsi dari display ini adalah :  
a. Memperkenalkan suatu produk secara cepat dan ekonomis  
b. Membantu para produsen menyalurkan barang-barangnya dengan cepat dan ekonomis  
c. Membantu mengkoordinasikan advertising dan merchandising  
d. Menyebabkan adanya kontinuitas skema dan tema warna dari pembungkus  
e. Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, mis pada hari raya, ulang tahun dsbnya.  
  
Beberapa hal yang juga perlu diperhatikan dalam display  
1. Store design dan decoration  
Tanda-tanda yang berupa diantaranya, simbol-simbol,lambing-lambang, poster-poster,gambar-gambar,bendera-bendera,semboyan-semboyan.Tanda ini diletakkan di atas meja, atau digantung di dalam toko, yang tujuannya untuk membimbing calon pembeli kea rah barang dagangan dan member I keterangan kepada mereka tentang penggunaan barang-barang tersebut. Decoration pada umumnya digunakan dalam rangka peristiwa khusus, seperti penjualan pada saat hari raya, natal dan tahun baru  
  
2. Dealer display  
Penataan yang dilaksanakan dengan cara wholesaler yang terdiri atas simbol-simbol dan petunjuk-petunjuk tentang penggunaan produk, ini juga menjadi peringatan kepada petugas penjualan agar mereka tidak memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan petunjuk yang ada dalam gambar tersebut.  
  
  
  
3. Wall display (pajangan di rak dinding)  
Digunakan untuk mengarahkan arus pengunjung   
  
4. Floor display (pajangan barang di lantai)  
Umumnya dibagian depan kasir atau gang tengah yang sering dilewati pengunjung  
  
  
5. Sampling display (barang-barang pajangan untuk contoh)  
Ideal untuk produk-produk baru yang umumnya berupa makanan (untuk dicicipi) tujuannya untuk meningkatkan penjualan  
  
  
6. Theme display (pajangan untuk barang yang dipromosikan)  
Untuk mempromosikan sekelompok produk tertentu disatu masa (event)  
  
  
7. Showcase display (pajangan di lemari kaca)  
Untuk barang kecil tapi berharga atau untuk barang-barang mahal  
  
  
  
  
  
SOP Penataan Produk dari suatu Perusahaan  
Kompetensi Menginterpretasikan Perencanaan Visual Penataan Produk  
Kompetensi Dasar : Standar penataan produk perusahaan diaplikasikan sesuai perencanaan  
Indikator : 1. Mengidentifikasi label produk supermarket  
2. Mengidentifikasi merk produk supermarket  
Tujuan Pembelajaran  
1. Siswa dapat Mengidentifikasi Label produk supermarket  
2. Siswa dapat Mengidentifikasi merk produk supermarket  
  
A. Label Produk  
Label yaitu : Setiap keterangan mengenai bentuk gambar, tulisan, kombinasi dari keduanya atau bentuk lain yang disertakan/ dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian dari kemasan  
Pencantuman Label dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.   
Label produk berisikan keterangan mengenai  
a. nama produk;  
b. daftar bahan yang digunakan;  
c. berat bersih atau isi bersih;  
d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia;  
e. tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.  
Terdapat 3 (tiga) macam label menurut Stanton (1994), yaitu,   
Pertama, Brand Label. Label ini memuat merk, gambar, atau produsen dari produk yang dicantumkan dalam kemasan produk. Informasi tersebut penting bagi konsumen sehingga mereka dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya.  
Kedua, Descriptive Label. Label ini memberikan informasi mengenai bahan baku, persentase kandungan, nilai kalori/gizi, cara penggunaan/konsumsi, tanggal pembuatn, tanggal kedaluarsa dll.   
Ketiga, Grade Label. Label ini menginformasikan kepada konsumen tentang penilaian kualitas produk.  
sistem labeling di bidang ritel adalah identifikasi pada produk yang dijual (SKU) atau PLUs, salah satunya adalah Shelfing (Price Tag) yang menempel di rak.  
di Indonesia sering sekali terjadi perubahan harga dalam waktu yang tidak begitu lama rangenya sehingga mengakibatkan seringnya kita mengganti label harga yang menempel di produk, oleh karenanya pelaku usaha eceran tidak perlu menempel label harga satu persatu di produk melainkan informasi tersebut cukup di tempel di rak saja.  
Berikut ini salah satu pengaturan layout dan informasi yang perlu dicantumkan di label / tag rak:  
  
informasi detil utk mengetahui spesifikasi dan perlakuan untuk produk sehingga cukup mudah difahami oleh calon pembeli produk  
  
Pengaturan tata letak informasi harga pada ritel  
selama ini masih sangat jarang ditemukan informasi selengkap ini pada toko toko ritel di Indonesia pada umumnya, mungkin alasan utama adalah biaya dan kurang dianggap berguna bagi pelanggan dikarenakan pelanggan sendiri tidak faham hal ini sehingga menjadi mubazir nantinya  
  
  
B. Pengertian Merek / Merk / Brand  
Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. Merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi.  
Dengan adanya merek yang membuat produk yang satu beda dengan yang lian diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (brand loyalty). Kesetiaan konsumen terhadap suatu merek atau brand yaitu dari pengenalan, pilihan dan kepatuhan pada suatu merek.  
Merek dapat dipahami lebih dalam pada tiga hal berikut ini :  
1. Contoh brand name (nama) : nintendo, aqua, bata, rinso, kfc, acer, windows, toyota, zyrex, sugus, gery, bagus, mister baso, gucci, c59, dan lain sebagainya.   
  
2. Contoh mark (simbol) : gambar atau simbol sayap pada motor honda, gambar jendela pada windows, gambar kereta kuda pada california fried chicken (cfc), simbol orang tua berjenggot pada brand orang tua (ot) dan kentucky friend chicken (kfc), simbol bulatan hijau pada sony ericsson, dan masih banyak contoh-contoh lainnya yang dapat kita temui di kehidupan sehari-hari.  
  
3. Contoh trade character (karakter dagang) : ronald mcdonald pada restoran mcdonalds, si domar pada indomaret, burung dan kucing pada produk makanan gery, dan lain sebagainya.  
  
C. Jenis-Jenis Dan Macam-Macam Merek  
1. Manufacturer Brand  
Manufacturer brand atau merek perusahaan adalah merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang memproduksi produk atau jasa. Contohnya seperti soffel, capilanos, ultraflu, so klin, philips, tessa, benq, faster, nintendo wii, vit, vitacharm, vitacimin, dan lain-lain.  
  
3. Private brand atau merek pribadi adalah merek yang dimiliki oleh distributor atau pedagang dari produk atau jasa seperti zyrex ubud yang menjual laptop cloud everex, hipermarket giant yang menjual kapas merek giant, carrefour yang menjual produk elektrinik dengan merek bluesky, supermarket hero yang menjual gula dengan merek hero, dan lain sebagainya.  
  
- Ada juga produk generik yang merupakan produk barang atau jasa yang dipasarkan tanpa menggunakan merek atau identitas yang membedakan dengan produk lain baik dari produsen maupun pedagang. Contoh seperti sayur-mayur, minyak goreng curah, abu gosok, buah-buahan, gula pasir curah, bunga, tanaman, dan lain sebagainya.  
D. Strategi Merek / Merk (Brand Strategies)  
Produsen, distributor atau pedagang pengecer dapat melakukan strategi merek sebagai berikut di bawah ini   
1. Individual Branding / Merek Individu  
Individual branding adalah memberi merek berbeda pada produk baru seperti pada deterjen surf dan rinso dari unilever untuk membidik segmen pasar yang berbeda seperti halnya pada wings yang memproduksi deterjen merek so klin dan daia untuk segmen pasar yang beda.  
2. Family Branding / Merek Keluarga  
Family branding adalah memberi merek yang sama pada beberapa produk dengan alasan mendompleng merek yang sudah ada dan dikenal mesyarakat. Contoh famili branding yakni seperti merek gery yang merupakan grup dari garudafood yang mengeluarkan banyak produk berbeda dengan merek utama gery seperti gery saluut, gery soes, gery toya toya, dan lain sebagainya. Contoh lain misalnya yaitu seperti motor suzuki yang mengeluarkan varian motor suzuki smash, suzuki sky wave, suzuki spin, suzuki thunder, suzuki arashi, suzuki shodun ,suzuki satria, dan lain-lain.  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
SOP Penataan Produk dari suatu Perusahaan  
Kompetensi Menginterpretasikan Perencanaan Visual Penataan Produk  
Kompetensi Dasar : Standar penataan produk perusahaan diaplikasikan sesuai perencanaan  
Indikator 1. Mengidentifikasi display produk supermarket  
2. Mengidentifikasi peralatan display supermarket  
Tujuan Pembelajaran  
1. Siswa dapat Mengidentifikasi display produk supermarket  
2. Siswa dapat Mengidentifikasi peralatan display produk supermarket  
A. Display Produk   
Display Produk adalah suatu tindakan menampilkan, menaruh, meletakkan produk pada suatu tempat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian  
Yang perlu dilakukan dan dijalankan untuk penataan produk swalayan   
a.Produk ditempatkan sesuai departemennya  
b. Pengaturan produk sesuai dengan lalu lintas konsumen  
c. Rotasi produk harus sesuai dengan expire datenye  
d. Pengaturan horizontal/vertical  
e. Facing Jumlah tier produk sesuai dengan market share  
  
Lima cara Pendisplayan  
a. Letakkan barang sesuai ukuran yg berat/besar di bawah  
b. Usahakan untuk meletakkan barang dengan tinggi yang sama  
c. Facing produk mengahadap ke depan/muka  
d. Usahakan tinggi tiap jalur sama ( top sky line)  
e. Gunakan Eye tecniquel eye catching dan colour breaking  
  
  
B. Peralatan Display barang supermarket  
  
1 Gondola, yaitu peralatan display yang terdiri atas shelving atau rak panjang   
2 Chelving, yaitu alat pemajangan yang merupakan bagian dari gondola yang biasa disebut rak   
3 Wagon, yaitu boks besar untuk menyimpan produk yang sedang promo atau diskon   
4 End Gondola, yaitu gondola akhir yang paling ujung dan untuk disewakan   
5 Showcase, yaitu alat pajang berupa etalase untuk penjualan daging segar, sosis, dairy dsb.   
Showcase digunakan untuk produk yang expire datenye pendek  
  
6 Showcase chiller, tempat pemajangan buah, daging, sayur, dairy dsb   
7 Frozen island, yaitu sarana panjang untuk produk beku, seperti ice cream, chicken nugged, sayuran dan sebagainya  
  
8 Single hook, berupa gantungan, biasanya untuk pemajangan produk seperti sikat gigi, snack, sosis dsb  
  
9 9). Hambalan, yaitu kayu yang letaknya di bawah sebagai dasar untuk peralatan display  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
Kompetensi Dasar : Standar penataan produk perusahaan diaplikasikan sesuai perencanaan  
Indikator : 1.Menjelasdkan tentang peralatan pendukung pen-display-an produk supermarket  
2.Mengidentifikasi peralatan pendukung pen-display-an produk supermarket  
3.Mendemontrasikan cara penataan produk supermarket   
II.Materi Pembelajaran  
A. Istilah dan perlengkapan display produk supermarket  
1. SKU, keterangan yang Menunjukkan nama produk, harga, nomor, PLU produk.  
  
2. BAY, yaitu susunan pemajangan produk di rak satu bariskebawah   
3. TIER, yaitu barisan pemajangan produk ke belakang, pemajangan dalam satu rak biasanya terdiri atas beberapa tier   
  
4. Face, yaitu pemajangan produk tampak muka harus menghadap ke depan, jangan terbalik, miring dsbnya   
  
5. POP (point of purchase), yaitu keterangan mengenai nama produk, harga, ataupun sarana bantu promosi penjualan, yang merupakan suatu himbauan yang ditujukan kepada pembeli agar timbul keinginan untuk membeli  
  
6. Floor display, pemajangan pada lantai  
  
7. COC (check on counter), yaitu pemajangan produk yang menempel di depn kassa  
  
  
8. PLU (Price Look Up Unit), yaitu nomor identitas barang yang berfungsi untuk pencatatan komputerisasi  
  
9. Piramid, yaitu hambalan yang terdiri atas dus tingkat untuk pemajangan floor display  
  
10. Troly, yaitu keranjang dorong untuk membawa barang bagi konsumen  
  
  
B. Cara penataan produk supermarket  
  
1). Barang supermarket yang akan ditempatkan hendaknya berurutan terdiri atas beberapa jenis barang, antara lain :  
a). Barang yang sangat dibutuhkan oleh konsumen  
b).Barang yang sama dan efisien penggunaannya  
c).Barang yang sedang trend  
d).Barang yang berkualitas baik  
e).Barang yang berprestige  
  
2). Brand blocking secara vertical  
Penempatan barang supermarket yang sejenis berderet kea rah vertical atau atas bawah dan merk barang juga harus terlihat dibagian muka secara vertical. Penempatan barang secara vertical berarti menempatkan barang :  
a). dari atas ke bawah secara sistematis  
b).disusun sesuai jenis dan klasifikasinya  
c).barang disusun berdasarkan ukuran, dari yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya  
d).warna barang disusun dari warna muda sampai warna tua atau sebaliknya  
e).harga barang diletakkan dari harga murah ke harga mahal atau sebaliknya  
f).barang disusun dari atas ke bawah atau sebaliknya menurut jenis, kategori, bentuk dan sifatnya  
  
Penempatan barang dagangan secara vertical dapat dilakukan di berbagai display, seperti :  
a). Shelving (rak)  
Rak barang biasanya digunakan untuk barang dagangan sehari-hari, misalnya pasta gigi, sabun mandi, sabun cuci, sampo dsbnya  
D eodorant Sikat gigi Pasta gigi sampo Sabun mandi  
Deodorant Sikat gigi Pasta gigi Sampo Sabun mandi  
deodorant Sikat gigi Pasta gigi sampo Sabun mandi  
b) Gondola  
Merupakan jenis rak barang yang bentuknya memiliki dua muka dan masing-masing mempunyai fungsi yang sama dan digunakan untuk menempatkan barang berupa makanan dan minuman dalam satu kemasan dapat berdiri seperti susu kemasan, susu kotak, dsbnya.  
  
3). Brand blocking secara horizontal  
Penempatan barang supermarket satu jenis berderet horizontal dari arah kiri ke kanan atau arah melebar dan merk barang harus dapat terlihat dari depan. Cara penempatan barang ini di supermarket jarang digunakan karena tidak efisien karena sangat sulit di jangkau oleh calon pembeli.   
  
Kelemahan penempatan barang dagangan secara horizontal adalah :  
a). pelanggan mondar-mandir untuk mencari barang yang diperlukannya  
b). memberikan kesan bahwa terbatasnya barang yang dijual  
c). Barang yang dilihat dan dijangkau pembeli terbatas  
d). Memberikan kesan yang tidak beraturan  
  
Pasta gigi Pasta gigi Pasta gigi Pasta gigi Pasta gigi  
sabun sabun sabun sabun Sabun  
sampo sampo sampo sampo sampo