

Pendampingan *Planogram* untuk Pemilik Ritel

Qurtubi^{1*)}, Joko Sulistio²⁾, Vembri Noor Helia³⁾, Melinska Ayu Febrianti⁴⁾, Jundi Nourfateha Elquthb⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
Jalan Kaliurang Km. 14,5 Sleman, D.I. Yogyakarta

*Corresponding Email: qurtubi@uii.ac.id

ABSTRAK

Pemilik retail perlu memanfaatkan data transaksi untuk pola pembelian pelanggan. Dengan mengetahui pola pembelian pelanggan, maka pemilik ritel dapat mengatur tata letak toko serta tata letak barang pada rak display atau yang disebut planogram untuk meningkatkan visibilitas produk yang mengacu pada peningkatan penjualan. Belum banyak pemilik ritel yang menyadari manfaat dari penggunaan planogram yang baik dan cara merencananya, maka menjadi penting untuk memberikan pelatihan terkait planogram kepada masyarakat agar dapat mengetahui cara merancang planogram dengan baik dan benar. Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dari Bulan Juli sampai dengan Bulan Oktober 2022 di Kabupaten Sleman, Bantul, dan Temanggung, dengan metode pendampingan interaktif dengan penyampaian materi dan tanya jawab. Penyampaian materi mengandung definisi, manfaat, serta ilustrasi penerapan planogram pada industri ritel, serta tahapan perancangan planogram. Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pemilik usaha ritel yang mengikuti pendampingan dapat memanfaatkan data transaksi pada masing-masing ritel untuk menyusun planogram berdasarkan pola pembelian pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: pendampingan interaktif, planogram, ritel, visual merchandising.

ABSTRACT

Retail owners need to utilize transaction data for customer buying patterns. By knowing the pattern of customer purchases, retail owners can adjust the layout of the store and the layout of goods on the display rack or a planogram to increase product visibility which refers to increased sales. Not many retail owners are aware of the benefits of using a good planogram and how to design it, so it is essential to provide training related to planograms to the public so they can know how to create planograms properly and correctly. Community service will be conducted from July to October 2022 in Sleman, Bantul, and Temanggung Regency and its surroundings, with interactive mentoring methods with material delivery and questions and answers. Submission of the material contains definitions, benefits, and illustrations of the application of the planogram in the retail industry, as well as the stages of planning the planogram. With this community service, it is hoped that retail business owners who participate in the mentoring can utilize transaction data at each retailer to develop a planogram based on customer purchasing patterns, thereby increasing sales and customer satisfaction.

Kata kunci: interactive mentoring, planogram, retail, visual merchandising.

1. Pendahuluan

Melalui penyediaan konsumsi masyarakat, bisnis ritel memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai 57,66% dari PDB pada tahun 2020. (Herman, 2021). Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, Suhanto, menyebutkan konsumsi *fast moving consumer good* (FMCG) pada ritel modern di tahun 2019 meningkat 6,6%, ritel berbentuk minimarket menurun 12,1%, sedangkan *hypermarket* dan *supermarket* menurun -6,8% (Hadyan, 2019). Data menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat berbelanja FMCG di toko ritel modern. Karena perkembangan ritel modern, pemilik ritel harus mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Namun, keuntungan dari penjualan jenis perusahaan ini hanya berkisar antara 7 hingga 15 persen. (Lusiani, 2017).

Pelanggan dapat mengalami kesulitan menemukan produk yang mereka cari karena tata letak toko dan alokasi penyimpanan rak yang tidak efektif. Gambaran toko dapat dipengaruhi oleh jumlah jenis produk, *planogram*, tata letak toko, dan jumlah stok. Gambaran toko yang buruk dapat membuat pelanggan kecewa (Garcia-Arca, Prado-Prado, & Garrido, 2020). Dengan mengetahui pola pembelian pelanggan, maka pemilik ritel dapat mengatur tata letak toko serta tata letak barang pada rak *display* atau yang disebut *planogram* untuk meningkatkan visibilitas produk yang mengacu pada peningkatan penjualan. Hal ini akan berdampak pada penjualan saat ini maupun masa depan. Pengaturan produk yang cerdas dapat meningkatkan permintaan, karena keputusan pembelian pelanggan sering dipengaruhi oleh faktor di dalam toko (Bianchi-Aguiar, 2015). Tata letak toko dan alokasi rak harus dioptimalkan untuk mendorong pembelian impulsif dengan meningkatkan visibilitas produk (Flamand, Ghoniem, & Maddah, 2016). Praktik manajemen ruang rak yang baik, dibantu oleh sistem pendukung keputusan dan aplikasi perangkat lunak, dapat meningkatkan profitabilitas toko secara keseluruhan.

Dengan demikian sangat penting bagi pemilik ritel untuk memanfaatkan data transaksi yang kemudian dapat dilihat pola pembelian pelanggan. Belum banyak pemilik ritel yang menyadari manfaat dari penggunaan *planogram* yang baik dan cara merencangnya. Maka menjadi penting untuk memberikan pendampingan *planogram* kepada pemilik ritel agar dapat mengetahui cara merancang *planogram* dengan baik dan benar.

Upaya memanfaatkan *planogram* bagi ritel pernah dilakukan pendamping melalui media elektronik pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di acara TechnoTalk Radio Unisi FM pada Hari Kamis Tanggal 3 Maret 2022. Pelatihan *planogram* untuk pemilik ritel secara langsung juga sangat penting diadakan. Oleh karena itu, kami mengadakan acara "Pendampingan *Planogram* untuk Pemilik Ritel" sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

2. Tinjauan Pustaka

Bisnis yang menjual barang dan jasa dengan nilai tambahan untuk memenuhi kebutuhan individu, keluarga, kelompok, atau pelanggan akhir dikenal sebagai bisnis ritel. (Soliha, 2008). Bisnis ritel juga dapat berarti menjual barang dan jasa kepada pelanggan akhir. (Berman & Evans, 2018). Pelanggan dapat berinteraksi langsung dengan barang di pasar ritel, yang merupakan titik terakhir dalam rantai distribusi dan merupakan bagian penting dari proses distribusi barang.

Ritel didefinisikan sebagai penjualan produk atau jasa sehari-hari untuk memenuhi permintaan pelanggan (Sopiah & Sangadji, 2016). Ritel adalah titik terakhir dalam rantai distribusi dan tempat yang paling penting untuk mengirimkan produk. Ini memungkinkan produk untuk terlibat langsung dengan konsumennya.

Perpres RI No. 112 tahun 2017 menetapkan klasifikasi tata ruang dan pengembangan pasar tradisional, mal ritel, dan toko kontemporer untuk memastikan ekspansi pasar tradisional, memungkinkan keduanya untuk tumbuh dan berkembang bersama. Berikut ini adalah definisi pasar modern dan konvensional: (Perpres, 2017):

- a. Pasar konvensional atau pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.
- b. Pasar kontemporer atau pasar modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Batasan toko modern ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:
 - 1) Perkulakan, lebih dari 5.000 m²;
 - 2) *Hypermarket*, lebih dari 5.000 m²;
 - 3) *Supermarket*, 400 m² sampai 5.000 m²;
 - 4) *Department Store*, lebih dari 400 m²;
 - 5) *Minimarket*, kurang dari 400 m².

Planogram adalah sebuah ilustrasi berupa diagram kategori barang tertentu di toko yang menunjukkan setiap produk harus ditampilkan dan berapa jumlah minimum yang harus ditawarkan (Bianchi-Aguiar, 2015). Bentuk *planogram* bervariasi, mulai dari gambar sederhana hingga visualisasi komputer yang mendetail. *Planogram* dapat membantu karyawan penjualan mengawasi jumlah produk yang dipajang dan inventaris toko untuk menghindari kehabisan stok (Ebster & Garaus, 2011). *Planogram* memungkinkan penjualan produk di waktu dan tempat yang tepat. (Madhani, 2022).

Planogram dikembangkan berdasarkan informasi yang tersedia untuk produk, seperti jumlah persediaan yang tersisa untuk produk, volume penjualan per kaki persegi ruang ritel, dan informasi spesifik lainnya tentang produk seperti nomor unit penyimpanan stok, kode produk, dan lain sebagainya (Abarajithan, 2013). Gambar 1 menampilkan contoh *planogram* menggunakan *software SmartDraw*.



Gambar 1. Contoh desain planogram.
Sumber: (Smartdraw.com, 2022)

3. Metodologi Penelitian

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan metode pendampingan interaktif dengan penyampaian materi dan tanya jawab. Penyampaian materi mengandung definisi, manfaat, serta ilustrasi penerapan *planogram* pada industri ritel, serta tahapan perancangan *planogram*. Tahapan dalam membuat *planogram* adalah (Leolita, 2012):

- a. Mengategorikan barang *fast dan slow moving*. Ini dapat dicapai dengan meninjau data penjualan di toko ritel saat ini.
- b. Mengkategorikan barang menurut klasifikasi: Struktur klasifikasi barang terdiri dari beberapa tahap, seperti *division, department, group, family, subfamily, item code*, dan *subcode*.
- c. Membuat tata letak ritel.
- d. Menghitung panjang dan lebar rak dan membuat *planogram*.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari Juli hingga Oktober 2022, program pengabdian kepada masyarakat berlangsung. Kegiatan yang dilakukan meliputi persiapan dan pelaksanaan pendampingan, penulisan laporan, dan penulisan artikel. Kegiatan pendampingan *planogram* diadakan pada tanggal 19-21 Oktober 2022 di empat ritel dengan rincian: dua ritel di Kabupaten Sleman, satu ritel Kabupaten Bantul, dan satu ritel Kabupaten Temanggung. Gambar 2, 3, 4 dan 5 menunjukkan foto kegiatan pendampingan *planogram* di ritel A, B, C, dan D.

Toko dengan luas lantai penjualan kurang dari 400 m² digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini.. Dari kegiatan pendampingan ini diketahui bahwa keempat pemilik ritel yang mengikuti pendampingan belum memanfaatkan data transaksi pada masing-masing ritel untuk menyusun *planogram* berdasarkan pola pembelian pelanggan, sehingga perlu pendampingan lebih lanjut.



Gambar 2. Pendampingan di Ritel A di Kabupaten Temanggung



Gambar 3. Pendampingan di Ritel B di Kabupaten Sleman



Gambar 4. Pendampingan di Ritel C di Kabupaten Bantul



Gambar 5. Pendampingan di Ritel D di Kabupaten Sleman

Menyusun *planogram* yang dimaksud dimulai dengan tahap pengumpulan data. Data yang diperlukan diidentifikasi, seperti tata letak toko, tata letak produk, kapasitas rak display, dan data penjualan konsumen per transaksi. Setelah semua data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah proses pengolahan data dan analisis hasilnya. Tahap-tahap ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk tujuan ini, hanya data transaksi yang memiliki lebih dari satu jenis item produk akan disimpan terpisah dari basis data.
- b. Data dibersihkan untuk menghilangkan data yang tidak lengkap, duplikat, kesalahan cetak, dan tidak konsisten.
- c. Mengubah format data sesuai dengan format *software* dan algoritma yang digunakan. Dalam hal ini *software* yang digunakan adalah *RapidMiner* dan algoritma yang digunakan adalah *FP-Growth*.
- d. Menggunakan peraturan asosiasi bertingkat tinggi dalam proses pencarian asosiasi untuk mengidentifikasi produk yang sering dibeli sekaligus menemukan hubungan antar kategori, subkategori, dan item produk..
- e. menentukan bagaimana produk akan ditempatkan berdasarkan hasil pengolahan data sebelumnya.
- f. Melakukan analisis prosedur pengalokasian
- g. Melakukan perancangan planogram berupa tata letak toko dan tata letak produk pada rak *display* dengan *software SmartDraw*.
- h. Melakukan analisis perancangan planogram.

5. Kesimpulan dan Saran

Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pemilik usaha ritel yang mengikuti pendampingan dapat memanfaatkan data transaksi pada masing-masing ritel untuk menyusun *planogram* berdasarkan pola pembelian pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan dan

kepuasan pelanggan. Pada kegiatan pengabdian ini tidak dilakukan penelitian peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi peluang bagi penelitian masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Pimpinan Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia karena telah mendukung inisiatif pengabdian masyarakat ini; dan kepada semua pemilik ritel yang telah bersedia menjadi obyek pendampingan *planogram*.; serta kepada *Editor* dan *Reviewer Journal of Appropriate Technology for Community Services (JATTEC)* yang telah memberikan tinjauan dan saran terhadap artikel ini.

Daftar Pustaka

- Abarajithan, W. (2013). Significant of Visual Merchandising as a Weapon of Strategic Marketing: In Sri Lankan Food Retailing. *International Journal of Management Research and Review*, 3, 2355-2363.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management A Strategic Approach*. London: Pearson.
- Bianchi-Aguiar, T. (2015). The Retail Shelf Space Allocation Problem: New Optimization Methods Applied to a Supermarket Chain. *Porto: Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto*.
- Ebster, C., & Garaus, M. (2011). *Store Design and Visual Merchandising: Creating Store Space that Encourages Buying*. New York: Business Expert Press.
- Flamand, T., Ghoniem, A., & Maddah, B. (2016). Promoting Impulse Buying by Allocating Retail Shelf Space to Grouped Product Categories. *Journal of the Operational Research Society*, 953-969.
- Herman. (2021). *Kolaborasi Ritel dan UMKM Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/852831/kolaborasi-ritel-dan-umkm-dukungpertumbuhan-ekonomi-nasional>
- Garcia-Arca, J., Prado-Prado, J. C., & Garrido, A. T. (2020). On-Shelf Availability and Logistics Rationalization: A Participative Methodology for Supply Chain Improvement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101889.
- Hadyan, R. (2019). *Kemendag: Industri Ritel Modern Masih Menunjukkan Tren Positif*. Retrieved from Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: <https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/media-corner/kemendag-industri-ritel-modern-masih-menunj>
- Leolita, L. (2012). Perancangan Layout Toko dan Planogram pada Rak 16 di Unit Swalayan Koperasi Wanita. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(6).
- Lusiani, M. (2017). Optimasi Alokasi Produk pada Ruang Rak Display Gerai Minimarket Berdasarkan Harga Produk Menggunakan Multilevel Association Rules. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 4(2), 15-31.
- Madhani, P. M. (2022). *Lean Six Sigma Deployment in Retail Industry: Enhancing Competitive Advantages*. Retrieved from SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4002472
- Perpres. (2017). *Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres RI) Nomor 112 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres RI) Nomor 112 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Jakarta.
- Smartdraw.com. (2022). *Planogram Software*. Retrieved from <https://www.smartdraw.com/planogram/planogram-software.htm>
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan) 1st ed*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soliha, E. (2008). Analisis Industri Ritel di Indonesia. *24251.*, 15(2), 24251.