

EVALUASI DISPLAY (TATA LETAK) PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO ONLINE LT-SHOP DI JAKARTA

* Andi Wijaya

** Jennie Jane

*** Bellinda Budiman

Editor: Bagus Mulyawan

Meningkatkan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia menyebabkan terjadinya pergeseran pada pembelian pada masyarakat Indonesia yang biasanya mereka mengunjungi pusat perbelanjaan konvensional atau fisik seperti pasar, mal, maupun toko, namun sekarang mereka beralih ke pembelian secara *online*. Kondisi demikian menyebabkan *e-commerce* yang semakin banyak bermunculan di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan sebagainya. Melalui belanja *online* ini, masyarakat sudah tidak perlu lagi mengorbankan waktu dan tenaga dengan bersusah payah datang ke toko untuk mencari dan membeli barang yang dikehendaki. Masyarakat saat ini dimudahkan dengan munculnya toko *online* dan aplikasi yang melayani jasa pembelian barang. Barang yang dijual pada toko *online* tidak terbatas pada satu pilihan saja, namun terdapat beraneka macam barang yang ditawarkan. Perilaku pembelian *online* ini merupakan hasil dari rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen dalam mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi beberapa alternatif, dan memilih yang tepat.

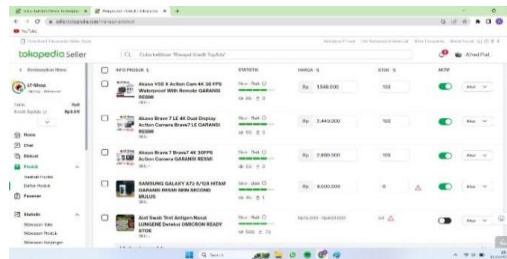
Keberhasilan toko *online* salah satunya ditunjang oleh *layout website* dari toko *online* tersebut. *Layout website* ini sangat penting, karena dari tata letak *website* akan mempengaruhi pengguna *website*. Jika *layout* yang biasanya dilakukan secara tradisional namun sekarang tata letak tidak hanya secara tradisional, namun tata letak sekarang sudah berubah atau bertambah menjadi tata letak yang lebih modern. Jika dalam toko *offline*, penataan rak-rak dan barang dagangan di dalam toko merupakan prasyarat yang penting dalam sebuah gerai ritel karena tata letak yang baik akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dalam proses penyelesaian pekerjaan sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi karyawan dalam bekerja yang membuat karyawan bekerja sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang sudah ditentukan

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi bagi toko *online* LT Shop. Tata letak mempunyai dampak strategis karena menentukan daya saing toko dalam hal kontak pelanggan dan citra toko. Toko *online* LT Shop harus memperhatikan letak produk sehingga memudahkan pencarian barang dan penataan yang menarik untuk dilihat konsumennya. Toko *online* LT Shop merupakan toko yang melayani penjualan *consumer goods* (kebutuhan sehari-hari) secara *online*. Permasalahan mitra menyangkut tata letak, pelanggan sering mengeluhkan lamanya proses pencarian barang di aplikasinya ketika membeli suatu barang yang dikarenakan kesulitan mencari produknya ketika konsumen mencari menggunakan *smartphonenya*. Hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan dapat berkurang dan memungkinkan pelanggan pindah ke pesaing. Prioritas permasalahan yang akan diselesaikan menyangkut tata letak barang untuk mempermudah pencarian barang dengan harapan penjualan dapat terus terjaga dengan baik dan pada akhirnya dapat memuaskan pelanggan.

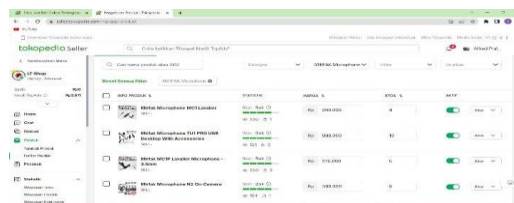
Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra.

Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan maka dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan. Selama ini LT Shop masih menyajikan produk dalam web-nya dalam kondisi tidak teratur. Produk disajikan dalam jenis atau kategori yang berbeda, sehingga ketika calon pembeli ingin membandingkan item produk yang lain menjadi sulit. Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu LT Shop untuk menata barang yang disesuaikan jenis/kategori akan produk tersebut. Langkah ini dilakukan untuk membantu LT Shop dalam meletakkan produk pada posisi yang strategis sesuai jenisnya sehingga mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pencarian barang bagi calon pembeli sehingga waktu pencarian barang menjadi lebih efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pencarian barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah ini dilakukan agar proses pemilihan barang lebih cepat, terutama pada saat produk yang masuk ada di web langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang sesuai dengan kategori/jenis produk yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pemilihan barang.

Berikut contoh penyajian produk yang tidak sesuai kategori pada LT Shop yang diambil dari Tokopedia



Berikut usulan yang diberikan ke LT Shop:



Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak (*layout*) produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Berbicara mengenai website tentu sangat lekat hubungannya dengan identitas usaha dari mitra, tentu tampilan web harus informatif dan desain web dibuat menarik, karena desain web akan mencerminkan identitas dari usaha ini. Untuk itu, maka LT Shop harus segera membenahi desain pada websitenya agar menjadi exclusive dan berkarakter. Desain website yang exclusive dan berkarakter akan mampu menarik calon pembeli bagi LT Shop. Di samping itu, website dengan desain Web yang bagus akan mencerminkan identitas LT Shop yang dapat menarik calon pembeli yang potensial untuk mendatangkan profit bagi LT Shop. Langkah awal adalah dengan melakukan *branding*. *Branding* memiliki hubungan yang erat dengan citra LT Shop. Jika aktivitas *branding* disampaikan dengan baik, maka akan membentuk citra LT Shop yang baik pula di mata publik. Membangun *brand* dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya dengan *advertising* yang di dalamnya termasuk memiliki sebuah website dengan desain web yang *exclusive* dan berkarakter. Citra brand yang positif akan membentuk persepsi yang baik di benak konsumen.

Melakukan pendampingan dalam menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya. Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik usaha untuk menata etalase tokonya agar terlihat lebih baik dan menarik. Kami melakukan pemilahan atas barang-barang yang ada di dalam etalase dan memberikan masukan agar barang-barang yang sudah tidak tren dipindahkan ke bagian lain. Pewarnaan pada kaca etalase juga harus diperhatikan agar terjadi *eye catching* bagi calon pembeli dari etalase toko ini. Etalase toko ini memamerkan produk dari beberapa tipe, dengan memperlihatkan cover kemasan produk bagian depan maka akan tampak jelas bentuk dan spesifikasi produk tersebut. Hal ini dilakukan agar display atau penyajian barang menjadi terlihat menarik, display merupakan suatu cara penataan produk yang dilakukan agar konsumen berminat dan tertarik untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan. Penataan produk atau display ini memiliki beberapa tujuan yaitu untuk menciptakan citra dagang, meningkatkan pembeli, memperkenalkan barang baru, serta meningkatkan keuntungan. Penyajian barang yang sedang tren ini merupakan salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi dalam menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat *penyajian tersebut*. Gagasan dan pesan masuk ke dalam pikiran manusia akan membentuk persepsi melalui kata-kata, simbol dan visual lainnya. Tak terkecuali dengan desain website serta pengembangan di dalamnya. Website LT Shop dibuat dengan baik dan mampu menciptakan komunikasi dengan pengunjung. Perlu adanya tatanan bahasa yang baik serta tata letak yang efektif agar informasi yang diinginkan oleh pengguna dapat dengan mudah ditemukan.

*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

** | *** Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara | 115210010| 115200242