

**PELATIHAN PENYUSUNAN LAYOUT
PADA RETAILER GIANT BOTANI SQUARE**

Morita & Heri Sastra
Email : panduwangi_morita@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan Pelatihan Penyusunan Layout bagi karyawan Retailer Giant Botani Square adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai penyusunan *Layout* yang baik dan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai Efektifitas *Layout*.

Melalui kegiatan ini, peserta yang mengikuti kegiatan diharapkan mampu menyusun *layout* yang efektif sehingga membantu perusahaan mencapai sebuah strategi yang menunjang strategi bisnis yang telah ditetapkan diantara diferensiasi, biaya rendah maupun respon yang cepat, sehingga berdampak terhadap meningkatnya volume penjualan.

Kata Kunci : Retail, Layout, Strategi Bisnis.

ABSTRACT

The objectives to be achieved from the Layout Preparation Training activities for employees of Giant Botani Square Retailer are to provide knowledge and understanding of the preparation of good layout and provide knowledge and understanding of Layout Effectiveness.

Through this activity, participants who take part in the activity are expected to be able to form effective layouts so as to help companies achieve a strategy that supports a predetermined business strategy between differentiation, low cost and fast response, so that it contributes to increased sales volume.

Keywords: Retail, Layout, Business Strategy.

PENDAHULUAN

Ritel merupakan suatu bisnis menjual barang dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau pemakaian akhir lainnya. Tidak dipungkiri bisnis ritelpun memberikan banyak kontribusi dalam menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Perkembangan industri ritel tidak terlepas dari pengaruh tiga faktor utama yaitu faktor ekonomi, demografi, dan sosial budaya.

Banyak faktor yang bisa membuat konsumen berlama-lama didalam toko atau ritel, jika kita berkunjung ke suatu toko ritel

dimana toko tersebut membuat kita merasa betah, berada di dalamnya. Jika *setting layout* dari suasana itu optimal tetapi tidak hanya itu pengaruh musik, pengatur udara (AC), tata ruang toko, penggunaan warna cat, penggunaan jenis karpet dan lain-lain, maka toko yang dikunjungi dapat menyentuh emosi konsumen dan memberi peluang bagi toko tersebut untuk mendapatkan pangsa pasar di benak masyarakat dan menerangkan hati mereka.

Kondisi persaingan ritel yang semakin tajam dan peluang yang semakin besar, membuat perusahaan ritel harus berupaya menciptakan suasana yang nyaman dan menyediakan barang yang sesuai

dengan harapan pelanggan dengan tetap memperhatikan kenyamanan pengunjung toko tersebut. Penerapan *layout* ritel merupakan strategi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat konsumen merasa betah berada dalam toko.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa teori yang mendasari kegiatan pengabdian ini adalah : Foster (2008:34), mendefinisikan ritel sebagai berikut: “ritel meliputi semua kegiatan yang meliputi semua penjualan barang dan jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.

Menurut Terry (2003): “*Layout* dipandang sebagai proses penentuan kebutuhan akan ruang dan tentang penggunaan ruangan secara terperinci guna menyiapkan susunan yang praktis dan faktor-faktor fisik yang dianggap perlu untuk pelaksanaan kerja perkantoran dengan biaya yang layak.” Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (2014,270), Penataan dan layout toko bisa memiliki dampak penting pada konsumen. Pada tingkat dasar penetapan mempengaruhi faktor-faktor seperti berapa lama konsumen mau berada didalam took, berapa barang yang mendapat kontak visual dengan konsumen, dan rute yang dilalui konsumen di dalam toko.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan penyusunan *layout* pada Retailer Giant Botani Square, yaitu :

a. Metode Ceramah

Metode ini digunakan untuk memberikan pelatihan mengenai Penyusunan *Layout* yang efektif kepada karyawan Retailer Giant Botani Square.

b. Metode Tanya Jawab

Metode ini digunakan untuk mengetahui hal-hal yang belum dipahami mengenai penyusunan *Layout* yang baik dan Efektifitas *Layout*, dengan harapan agar karyawan Retailer Giant Botani Square mampu menyusun *layout* yang efektif sehingga membantu perusahaan mencapai sebuah strategi yang menunjang strategi bisnis yang telah ditetapkan diantara diferensiasi, biaya rendah maupun respon yang cepat, sehingga berdampak terhadap meningkatnya volume penjualan. Metode ini berupaya untuk mengeksplorasi materi yang disajikan agar dapat dipahami dengan baik oleh peserta. Sarana dan prasarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan pelatihan motivasi usaha ini yaitu :

- a. Laptop
- b. LCD Proyektor
- c. Layar
- d. Modul

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan Penyusunan *Layout* yang disampaikan kepada karyawan Retailer Giant Botani Square diselenggarakan atas kerjasama antara LPPM STIE Kesatuan dengan Retailer Giant Botani Square selama 1 (satu) hari pada tanggal 10 Februari 2015. Adapun tempat penyelenggaraan kegiatan di Retailer Giant Botani Square.

Materi Pelatihan

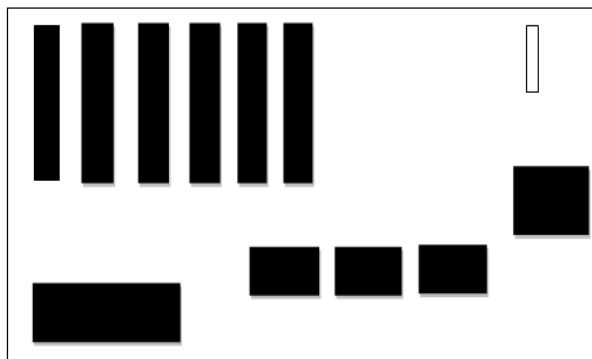
Tahap pelaksanaan merupakan tahapan inti penyelenggaraan kegiatan Pelatihan Penyusunan *Layout* pada Retailer Giant Botani Square. Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan sebanyak 2 sesi, yakni :

- a. Sesi pertama : memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana penyusunan *Layout* yang baik, meliputi :

a) *Layout* Bentuk Lajur

Layout lajur lebih mungkin digunakan di toko swalayan dan toko barang khusus untuk mengarahkan lalu lintas konsumen ke arah lorong utama. Biasanya, menempatkan barang-barang yang paling dicari di sepanjang dinding untuk menarik konsumen untuk melewati daerah lain yang lalu lintasnya kurang padat.

Gambar *Layout* bentuk lajur

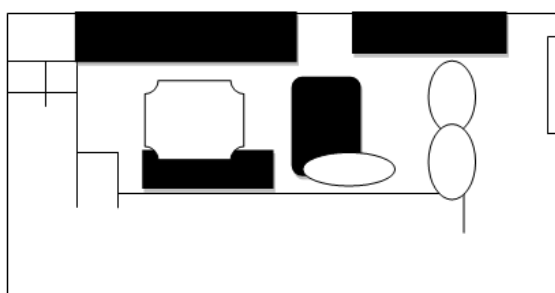


Sumber: Michael Levy dan Barton A. Weitz (2009, 513-515).

b) *Layout* Bentuk Bebas

Layout bentuk bebas, barang dan rak dikelompokkan ke dalam pola yang memungkinkan terjadinya aliran lalu lintas yang tidak beraturan. Penempatan barang dibagi berdasarkan rak dan tanda-tanda supaya konsumen dapat menemui kontan visual dengan semua bagian dari titik manapun didalam toko. *Layout* bentuk bebas ini biasanya sering digunakan di toko seperti butik dan toko perkakas.

Gambar *Layout* bentuk bebas



Sumber: Michael Levy dan Barton A. Weitz (2009, 513-515)

Lima ide yang dimanfaatkan dalam pengaturan toko yaitu :

- 1) Tempatkan barang-barang yang sering dibeli di sekitar batas luar toko.
 - 2) Gunakan lokasi yang strategis untuk barang yang menarik dan mempunyai nilai keuntungan besar seperti kosmetik dan aksesoris.
 - 3) Distribusikan “produk kuat” yaitu yang menjadi alasan utama para pengunjung belanja, pada kedua sisi lorong dan letakan secara tersebar untuk bisa dilihat lebih banyak oleh konsumen.
 - 4) Gunakan lokasi ujung lorong karena memiliki tingkat pertontonan yang tinggi
 - 5) Sampaikan misi toko dengan memilih lokasi yang menjadi penghentian pertama bagi konsumen.
- b. Sesi kedua : memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai Efektifitas *Layout*, meliputi :
- a) *Layout* yang efektif dapat membantu perusahaan mencapai hal-hal berikut :
 - 1) Pemanfaatan yang lebih besar atas ruangan, peralatan dan manusia
 - 2) Arus informasi, bahan baku dan manusia yang lebih baik
 - 3) Lebih memudahkan konsumen
 - 4) Peningkatan moral karyawan dan kondisi kerja yang lebih nyaman.

Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Evaluasi proses kegiatan dilakukan dengan tanya jawab dan pengamatan selama proses pelatihan diselenggarakan. Indikator keberhasilan selama proses kegiatan dilakukan, tim Lembaga Penelitian dan Pengembangan (LPPM) STIE Kesatuan melakukan penilaian terhadap keterlibatan dan antusiasme peserta pada setiap tahap kegiatan. Peserta cukup antusias dalam mengikuti acara tersebut, hal ini ditunjukkan dengan intensitas pertanyaan yang diajukan atas materi yang disampaikan.

Sasaran Keberhasilan Kegiatan

Dengan terselenggaranya kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai penyusunan *layout* dengan baik dan mampu mengefektifkan *layout*, sehingga diyakini akan membantu perusahaan mencapai sebuah strategi yang menunjang strategi bisnis yang telah ditetapkan diantara diferensiasi, biaya rendah maupun respon yang cepat.

KESIMPULAN

1. Peserta memahami apabila penyusunan *layout* dilakukan dengan baik dan mampu mengefektifkan *layout*, maka diyakini akan membantu perusahaan mencapai sebuah strategi yang menunjang strategi bisnis yang telah ditetapkan diantara diferensiasi, biaya rendah maupun respon yang cepat.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijadikan sharing pengetahuan konseptual hingga implementasi bagi pemateri dan peserta. Sehingga menjadi sarana *transfer knowledge* yang dilakukan antara pembicara yang berlatar belakang akademisi dan praktisi dengan karyawan Retailer Giant Botani Square.

DAFTAR PUSTAKA

- Bob Foster. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson, 2014. *Perilaku Konsumen&Strategi Pemasaran*. Salemba Empat Jakarta.
- R. Terry George. 2003. "Prinsip-prinsip Management". PT. Bumi Aksara : Jakarta.