

# MENATA BARANG DAGANGAN UNTUK TOKO KECIL

**Kardianto Indra Purnomo**  
**Politeknik Dharma Patria Kebumen**  
[kipurnomo@gmail.com](mailto:kipurnomo@gmail.com)

## Abstrak

Kemampuan berwirausaha masyarakat Indonesia belum dapat dikatakan berhasil, hal ini disebabkan karena kebutuhan pengetahuan dan ketrampilan dalam dunia bisnis, masih diabaikan. Pada sisi lain, untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada masyarakat yang telah menjalankan bisnis kecil, mengalami kesulitan, hal ini juga dikarenakan niat dan kemauan tidak dimiliki oleh pebisnis kecil tersebut.

Kerjasama dengan pemerintah, dalam hal penataan produk/barang dagangan di toko kecil/bisnis kecilnya sangat diperlukan. Hal ini dimaksudkan agar apapun yang mereka usahakan menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi mereka sendiri. Dengan tulisan ini, semoga menambah wawasan para pebisnis kecil tersebut untuk selangkah atau lebih dari satu langkah untuk maju dan sejahtera.

Kata kunci : *Display, Penataan Barang Dagangan*

## Abstract

*The entrepreneurial skills of the Indonesian people cannot be said to be successful, this is because the need for knowledge and skills in the business world is still ignored. On the other hand, to provide knowledge and skills to the people who have run a small business, experience difficulties, this is also because the intention and willingness is not owned by the small businessman.*

*Cooperation with the government, in terms of structuring products / merchandise in small shops / small businesses is very necessary. This is so that whatever they try becomes something useful for themselves. With this article, hopefully it will add insight to the small business people for a step or more than one step to progress and prosper.*

*Keywords: Display, Merchandise Arrangement*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia sudah menapaki hampir 74 tahun dalam mengarungi kemerdekaan Indonesia yang diproklamasikan pada Bulan Agustus tahun 1945. Banyak hal yang harus dihadapi oleh masyarakat Indonesia. Dari banyak kepala negara yang memimpin Indonesia, semua bermuara untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Bagaimana tidak, karena dengan kesejahteraan perekonomian masyarakat, Indonesia akan semakin maju. Pada waktu yang lampau, perekonomian Indonesia ditopang oleh sektor perkebunan dan perdagangan dengan memanfaatkan hasil bumi Indonesia. Namun dalam perjalanannya, hasil bumi Indonesia dikuasai oleh penjajah. Pada era kemerdekaan, lambat laun, perekonomian dikembalikan ke masyarakat Indonesia, walaupun tidak langsung semua diberikan. Masyarakat Indonesia diberi kesempatan untuk belajar dan mempelajari perdagangan.

Jenis usaha yang ada di Indonesia dari masa setelah kemerdekaan, export import, pariwisata, energi (BUMN), perkebunan, perdagangan, industri, transportasi, perikanan, hasil hutan, pertanian, usaha mikro

kecil. Dinamika yang terjadi, tentu banyak sekali, karena kebanyakan dari usaha tersebut, tidak bisa berjalan sendiri, harus membutuhkan mitra.

Mitra usaha bisa terwujud menjalin kerja sama, menjadi karyawan usaha atau ikut mengatur dengan regulasi pemerintah, dalam hal ini sebagai pemerintah. Pemerintah perlu turut campur, agar bisa ikut mengatur perekonomian masyarakat.

Pada sisi lain, kita mengetahui, semakin banyak lulusan baik sekolah menengah atas, sekolah menengah kejuruan dan bahkan lulusan perguruan tinggi yang ikut menyumbang jumlah pengangguran yang setiap tahun bertambah. Mengapa terjadi pengangguran, akan dibahas pada sesi yang lain, namun perlu diketahui, bahwa semakin sedikit kesempatan untuk bekerja sedangkan lulusan semakin banyak, itulah terjadi titik pengangguran.

Karena fenomena tersebut, sebetulnya juga karena program pemerintah, angka pengangguran terdidik tersebut harus segera ditangani. Beberapa cara yang ditangani (oleh pemerintah) yaitu pendidikan kewirausahaan bagi siswa dan mahasiswa, dengan harapan, mereka mempunyai pikiran yang terbuka lebar dalam memanfaatkan peluang yang muncul dari setiap kehidupan masyarakat.

## 2. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengambil pokok permasalahan sebagai berikut “mengapa sebagian besar pedagang kecil, tidak bisa berkembang, khususnya di beberapa Kabupaten di Jawa Tengah bagian selatan.”

### 3. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan ini adalah :

- a. Agar masyarakat, terutama yang membuka usaha toko kecil, warung dapat mencontoh warung/toko lain yang lebih maju dan berhasil.
- b. Agar mahasiswa bisa mempraktekan, membantu pada usaha toko kecil, dalam penataan barang dagangan

### 4. Manfaat Penulisan

#### **Bagi Pemilik Toko Kecil :**

1. Dapat meningkatkan omzet setelah menerapkan penataan produk yang baik.
2. Dapat menjadi acuan bagi pemilik toko kecil, untuk merubah lay out barang dagangan sendiri
3. Dapat menjadi ajang kreativitas dalam penataan produk

#### **Bagi Mahasiswa :**

1. Dapat menjadi ajang kreasi untuk menata produk
2. Dapat membandingkan antara penataan produk yang baik dan asal menata.
3. Menambah pengetahuan dan dapat mempraktekan secara langsung di lapangan pekerjaan nantinya sesuai dengan ilmu yang telah didapat.

#### **Bagi Penulis :**

1. Dapat menjadi bahan penelitian khususnya dalam bidang perekonomian masyarakat
2. Dapat membantu pemilik toko kecil agar selalu berkreasi dalam menata produk
3. Hasil penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan atau acuan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

## B. METODE PENULISAN

Penulis sebagai seorang pengajar kewirausahaan pada Politeknik Dharma Patria Kebumen, merasa terpenggil untuk membantu para pelaku bisnis toko kecil (pedagang kecil) yang menyebar di kota maupun perdesaan. Betapa tidak, sebagai pengajar tidak bisa berdiam diri dengan situasi perekonomian di masyarakat sekitar. Tidak sedikit pelaku bisnis kecil adalah sebagai orang tua dari mahasiswa Politeknik Dharma Patria Kebumen.

Oleh karena kebanyakan siswa, yang orang tuanya adalah pelaku bisnis kecil. Penulis menggunakan metode :

1. Wawancara  
Wawancara dilakukan dengan mahasiswa yang orang tuanya pelaku bisnis, jika mahasiswa tersebut tidak bisa menjawab, penulis tidak segan untuk berkunjung ke rumah untuk mengadakan wawancara. Cara ini digunakan untuk memperoleh informasi lengkap, jelas dan valid, mengenai kondisi yang sebenarnya pada para pelaku bisnis kecil, terutama yang memiliki toko kecil-kecilan.
2. Kajian pustaka  
Sudah banyak buku-buku yang menjelaskan tentang toko, tata ruang toko, penataan produk, penyimpanan produk, dll. Kajian dengan pustaka dimaksudkan agar bisa membandingkan dengan teori yang ada. Jika dipaksakan, hasilnya sangat memberatkan toko kecil, karena toko kecil hanya menyediakan barang dagangan dalam jumlah kecil, jumlah yang terbatas, dengan konsumen masyarakat sekitar. Namun hal ini perlu dilakukan agar para pemilik toko kecil, paling tidak, bisa mencontoh atau mengadopsi bagaimana memperlakukan barang dagangan dengan baik.
3. Mempraktekan keterampilan yang dimiliki penulis  
Memberi pelatihan sebaiknya dengan cara mempraktikkan. Dimana bahwa siswa yang orang tuanya memiliki toko kecil, bisa menjadi ajang praktek di rumah, yaitu praktek menata barang dagangan / menata produk / display. Sebelumnya siswa diberi pengetahuan tentang materi tersebut.

### C. KAJIAN TEORITIS

#### 1. MACAM DAN JENIS USAHA

Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah dalam menumbuh-kembangkan jiwa wirausaha di masyarakat, selain melalui pendidikan di sekolah-sekolah, dan perguruan tinggi, juga dengan memperdayakan ibu-ibu PKK untuk ikut berperan aktif dalam mengikuti workshop/pelatihan-pelatihan wirausaha, yang setelah selesai mereka dimodali dengan cara diberi pinjaman dengan bunga yang sangat ringan untuk menjalankan usahanya.

Namun sebelum mengenal macam dan jenis usaha mari kita mengenal dulu, seorang wirausaha yang seperti apa sebenarnya kita :

- Improver  
Memiliki sifat selalu ingin melebarkan bisnisnya agar terus berkembang dan berada satu dua langkah di depan dari para kompetitor. Namun yang perlu diwaspadai pada tipe ini adalah kecenderungan mementingkan keperfeksionisan (kesempurnaan), sehingga sering terjadi konflik antara pengusaha dengan karyawan yang tidak mampu bekerja dengan sempurna.
- Inovator  
sering melahirkan berbagai ide-ide segar, terobosan baru, serta inovasi yang tiada henti. Para pengusaha ini biasanya mampu bertahan dalam kompetisi bisnis yang sesak. Namun yang perlu diwaspadai oleh wirausahawan bertipe inovator adalah ketidakfokusan pada satu produk atau satu bidang usaha karena ingin melahirkan sesuatu yang baru.
- Visioner  
mempunyai visi dan semangat yang tinggi dalam tahapan menuju impian bisnis yang dicita-citakan. Mereka akan mempersiapkan berbagai strategi untuk jangka pendek, menengah, jangka panjang, hingga rencana cadangan. Tipe ini cenderung mampu menebak alur usaha dan proyeksi masa depan dalam dunia bisnis. Hal yang perlu diwaspadai adalah ekspektasi yang terlalu tinggi sehingga kurang memperhatikan realita yang ada saat ini.
- Analitis  
senantiasa menjalankan bisnisnya dengan perhitungan yang cermat serta melangkah secara sistematis dikenal dengan pengusaha analitis. Mereka memperbaiki setiap kesalahan bisnis dan mengambil suatu keputusan dengan didasarkan pada data-data dan pengalaman yang dialami, termasuk pengalaman orang lain. Para pebisnis tipe analitis tidak mudah tertipu dan terjungkal dalam roda bisnisnya. Namun yang perlu diwaspadai adalah ketidakvalidan data-data yang dijadikan sebagai dasar dalam analisis bisnis. Selain itu, analisis yang panjang bisa membuat sebuah peluang usaha lebih dulu direbut kompetitor.

- **Specialist**  
orang-orang yang memiliki kemampuan khusus, misalnya hanya ahli pada bidang perbankan, teknologi, properti, ahli retail, dan sebagainya. Tipe pengusaha specialist cenderung kurang tertarik dengan bisnis yang tidak sejenis, sehingga benar-benar mampu fokus dalam mengembangkan usahanya dalam kurun waktu yang lama. Hal yang perlu diwaspadai adalah ketika mengalami kelelahan dan kekalahan dalam kompetisi bisnis tersebut, ia bisa benar-benar bisa terpuruk karena tidak memiliki usaha cadangan.
- **Softy**  
Sifat lembut. Tipe pengusaha ini cenderung lebih banyak menggunakan rasa (hati) dalam menjalankan bisnis, menjalin mitra usaha, dan menentukan keputusan. Pengusaha ini biasanya memiliki ikatan yang kuat dengan para bawahannya dan cenderung mengutamakan kepuasan pelanggan. Hal yang perlu diwaspadai adalah ketidaktegasan dan obyektifitas yang kurang.
- **Opportunitis**  
Orang seperti ini biasanya sangat pintar dalam mencari peluang dan mengambil kesempatan dalam dunia bisnis. Pengusaha tipe opportunitis selalu mencari peluang terbaik, kemudian memanfaatkan kesempatan yang ada guna membangun bisnis, menjalin kerjasama, mengambil resiko secara tepat sasaran demi memperoleh profit yang maksimal. Hal yang perlu diwaspadai oleh pengusaha tipe ini adalah kepercayaan diri yang terlalu tinggi (over confidence) karena berbagai keberhasilan yang telah dilalui sebelumnya, sehingga bisa saja mengambil peluang yang keliru.
- **Karismatik**  
Pengusaha ini diibaratkan mempunyai khans layaknya seorang super star. Ia akan selalu disegani oleh bawahan, mitra bisnis, dan mampu mempengaruhi sekelompok orang. Bisnisnya biasanya dapat berjalan mulus karena mudah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Hal yang perlu diwaspadai adalah peran sentral dan besarnya ketergantungan para bawahan yang dapat mematikan kreatifitas sumber daya yang ada.
- **Optimistik**  
Perusahaan yang dijalankan oleh “Boss” yang optimis selalu dipenuhi dengan semangat, energik, dan penuh kehidupan. Pengaruh optimis dari pimpinan perusahaan akan memberikan energi bagi bawahannya sehingga mau tidak mau akan ikut bekerja secara maksimal. Salah satu cirinya adalah para pelanggan akan merasakan “sense” yang berbeda karena memperoleh pelayanan yang maksimal.

Setelah kita mengenal jenis orang (calon usahawan) yang seperti apakah kita, khusus untuk memulai usaha, kita bisa memilih jenis usaha, yang tentu saja disesuaikan dengan peluang. Jika usaha kita didasarkan pada peluang, yang bisa saja selalu berubah-ubah peluang tersebut, akan merepotkan kita sendiri, karena setiap kali harus berubah haluan, berubah pikiran dan berubah strategi.

Perlu juga kita bahas, bagaimana memulai usaha kecil, Seorang wirausahaan harus mempunyai rencana yang matang mengenai perencanaannya. Rencana tersebut mencakup business apa yang dimiliki, memulai sendiri atau membeli suatu perusahaan yang ada, mengetahui apa dan dimana pasar untuk produk atau servisnya. Memulai suatu tidaklah mudah karena banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi. Untuk suksesnya suatu permulaan kita memerlukan (Harper: 1991) :

- Adanya peluang usaha yang sangat solid
- Memiliki keahlian dan kemampuan dalam bidang yang akan ditekuninya.
- Pendekatan yang benar dalam menjalankan usaha
- Memiliki dana yang cukup untuk memulai dan mengoperasikan usaha tersebut hingga dapat berdiri sendiri.

Pembahasan kita terbatas hanya untuk usaha/pedagang kecil, macam-macam usaha kecil, tidak mengejutkan, usaha-usaha sekarang lebih umum ditemui pada beberapa industri dibandingkan pada industri lainnya. Kelompok utama usaha kecil (yang kita kenal) adalah jasa, eceran, konstruksi, finansial, asuransi, grosir, transportasi dan pabrikasi.

1. Jasa : laundry, tukang cukur, ticketing, video shooting, wedding organizer, dll
2. Eceran : barang rumah tangga, toko-toko khusus (barang jenis dan konsumen tertentu), dll
3. Konstruksi : proyek-proyek lokal berukuran kecil.
4. Finansial : bank perkreditan rakyat, dll
5. Asuransi : asuransi jiwa, kecelakaan kerja (oleh swasta)
6. Grosir : bahan keperluan rumah tangga, dll.
7. Transportasi : angkutan orang dan barang, taksi online
8. Pabrikasi : industri rumah tangga, mainan anak-anak, elektronik, software

## 2. MENATA BARANG DAGANGAN YANG MENARIK UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

Sebelum kita memasuki materi lebih mendalam, ada baiknya kita mempelajari tentang barang dan jasa. Barang merupakan hasil atau keluaran (output) berwujud fisik (tangible) dari proses transformasi sumberdaya sehingga bisa dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan mendapat perlakuan fisik lainnya.

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh bengkel reparasi, kursus, lembaga pendidikan, jasa telekomunikasi, transportasi, dll.

### a. Barang

#### 1. Sifat Barang

Dipengaruhi oleh faktor-faktor :

- Bahan baku yang digunakan pada saat proses produksi
- Proses pengelohannya
- Daya tahan Barang
- Cara pemakaian dan pemeliharaan

#### 2. Klasifikasi Barang

- Daya tahan dan wujud
- Penggunaan

### b. Jasa

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik).

#### 1. Klasifikasi Jasa

- Segmen pasar
- Tingkat keberwujudan
- Keterampilan penyedia jasa
- Tujuan organisasi penyedia jasa
- Regulasi
- Tingkat intensitas karyawan
- Tingkat kontak penyedia jasa dan pelayanan

#### 2. Komponen Jasa

- Pure tangible good (sabun, pasta gigi, gula)
- Tangible good with accompanying services (penjualan mobil, komputer)
- Hybrid (restoran didukung makanan dan pelayanannya yang baik)
- Major service with accompanying minor goods and services (pelayanan penerbangan ditambah pelayanan makanan dan minuman)
- Pure service (jasa potong rambut)

#### 3. Karakteristik Jasa

- Tidak berwujud (Intangible)
- Tidak terpisahkan (inseparability)
- Bervariasi (variability)

- Mudah lenyap (perishability)

c. Menata Barang Dagangan (Display)

Secara etimologi, display (Inggris) berasal dari bahasa latin yang terdiri dari dua kata, yaitu : dis artinya terpisah dan plicare artinya melipat. Jadi display diartikan sebagai membuka lipatan untuk melihat.

1. Ruang lingkup penataan produk (display)

- Produk inti (core produk)
- Produk berwujud / produk normal
- Produk tambahan (produk yang disempurnakan)

2. Klasifikasi Produk dalam display

a). Kelompok barang berdasarkan kepuasan segera dan kesejahteraan konsumen jangka panjang.

- 1) Solutary product (barang yang bermanfaat) contoh : detergen
- 2) Deficient product (barang yang kurang sempurna) contoh : obat pahit yang manjur mengobati penyakit
- 3) Pressing product (barang yang sifatnya menyenangkan) contoh : rokok, minuman keras
- 4) Desirable product (barang yang sangat diperlukan) contoh : makanan dan minuman

b). Kelompok barang menurut tujuan pemakaian

- 1) Barang konsumsi
  - Barang kebutuhan sehari-hari (convenience goods) (pasta gigi)
  - Barang belanjaan (shopping goods) (motor, mobil, pakaian)
  - Barang khusus (speciality goods) ( mobil mewah, gaun mewah)
  - Barang yang tidak dicari (unsought goods) (asuransi jiwa, nisan)
- 2) Barang industri

c). Berdasarkan sifat dan tingkat konsumsinya

Barang tahan lama, barang tidak tahan lama, kontemporer, adjustable, luxirius (berlian), prestisius (dasi), praktis (sandal)

d). Berdasarkan tujuan pemakaiannya

- 1) Barang industri
- 2) Barang konsumsi

d. Tujuan, Fungsi dan Manfaat Display

Penting untuk diketahui oleh para pelaku bisnis tentang tujuan, fungsi dan manfaat display, agar kita bisa menarik kesimpulan keuntungan dan kelemahan penataan barang dagangan untuk toko kecil.

a). Tujuan Display

1. Attention dan interest customer (menarik perhatian pembeli)
2. Desire dan action customer (menimbulkan keinginan untuk membeli)

b). Fungsi Display

1. Increasing Sales Productivity (meningkatkan produktivitas penjualan)
2. Creating the desire (menciptakan citra toko yang diinginkan)

c). Manfaat Display

1. Untuk konsumen

- mudah untuk dimengerti
- mudah untuk dilihat
- Mudah memilih
- Mudah diambil dan diletakkan kembali
- Mudah dirapikan

2. Untuk Pemilik Toko

- Meningkatkan penjualan
- Meningkatkan store image
- Meminimumkan out of stock (barang yang kosong)

- Mengidentifikasi laku tidaknya suatu produk

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Keberhasilan dan Kegagalan berwirausaha

Pada beberapa kesempatan mengajar kewirausahaan dan materi manajemen pemasaran, sesuatu yang tersirat pada benak siswa dan mahasiswa, adalah ketakutan. Ya, ketakutan terhadap wirausaha. Setelah ditanya, apa yang membuat takut? jawaban mereka adalah TAKUT RUGI. Saya tanya lagi, kapan anda tahu rugi, jika belum memulai usaha? dengan tersenyum malu-malu, mereka menjawab, iya ya....

Mungkin kata-kata rugi tersebut, yang belum mereka pahami, mengapa usaha merugi. Sebenarnya mereka takut menghadapi kehidupan berwirausaha. Yaitu **takut untuk memulai**.

Beberapa hal yang perlu diketahui sebelum memulai usaha, yaitu

- 1) Keberhasilan berwirausaha
  - a. Kerja keras, dorongan dan dedikasi
  - b. Permintaan pasar akan produk atau jasa yang disediakan
  - c. Kompetensi manajerial
  - d. Keberuntungan
- 2) Kegagalan Berwirausaha
  - a. Manajerial yang tidak kompeten atau tidak berpengalaman
  - b. Kurang memberi perhatian
  - c. Sistem kontrol yang lemah
  - d. Kurangnya modal

##### 2. Wirausaha yang populer

Dalam program jangka panjang pemerintah bidang perekonomian, adalah memasyarakatkan kewirausahaan, karena sangat ketatnya persaingan di dunia kerja, menghimbau masyarakat untuk bisa berwirausaha dalam meningkatkan perekonomiannya, sehingga dengan adanya peningkatan kebutuhan-kebutuhan pada sebuah keluarga dapat tercukupi. Usaha yang dipilih tentunya disesuaikan dengan peluang yang ada dan muncul untuk segera dimanfaatkan.

Jika kita melihat angkatan muda saat ini, beberapa dari mereka memiliki usaha toko kecil, jasa, eceran, konstruksi, grosir, transportasi dan pabrikasi. Beberapa dari mereka menurunkan usaha dari orang tua, ada juga yang karena minat sendiri (video shooting, distro, pemancingan, dll).

##### 3. Temuan model Toko Kecil

Tidak kalah pentingnya dengan penataan barang di sebuah Supermarket atau Toko besar, menata barang dagangan yang menarik untuk usaha kecil dan menengahpun sangat diperlukan. Tujuan display adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga keamanan barang dagangan. Pada pembahasan utama, adalah display pada toko kecil (pedagang eceran). Sebaiknya kita mengetahui terlebih dahulu tentang toko kecil.

Seperti kita ketahui, bahwa toko kecil definisinya adalah sebuah toko yang menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat sekitar dalam jumlah dan jenis barang yang terbatas.

Ciri-ciri toko kecil (berdasar literasi diatas) adalah :

- Menjual barang yang bermanfaat (sabun mandi, detergen, dll)
- Kadang-kadang ada yang menjual obat (obat warung)
- Ada yang menjual produk yang sifatnya menyenangkan (rokok)
- Menjual barang yang sangat diperlukan (makanan dan minuman)
- menjual barang-barang konsumsi (barang keperluan sehari-hari), bahan pokok, barang darurat, barang impulsive
- menjual barang tidak tahan lama (rokok, sabun dll)

Dilihat dari ciri-ciri toko kecil, barang yang tersedia cukup lengkap. Namun jangan dibandingkan minimarket dll. Toko kecil, sesuai dengan namanya, ruang yang dipakai cukup kecil, sehingga barang dagangan yang di display atau tersedia, menyesuaikan dengan tempat.

Jika penataan produk (barang dagangan) lebih rapi, akan memudahkan konsumen menemukan barang yang dibutuhkan tanpa bertanya atau harus bertanya jika barang yang dibutuhkan tidak terlihat.



Toko ini sangat sederhana, barang yang dijual pun terbatas, dengan modal yang kecil, dapat menyediakan barang-barang yang sekiranya dapat memenuhi keinginan membeli konsumen di sekitar warung. Penataan barang pun disesuaikan dengan alat yang tersedia.



Toko kecil ini, barang dagangannya cukup lengkap, terlihat dari barang yang tersedia, untuk pengelompokkan barang masih terkesan asal terlihat, belum atau tidak sesuai dengan tujuan display. Namun pemilik toko mengenal betul letak barang di inginkan konsumen.



Toko di atas, lumayan rapi, walaupun terkesan ramai, namun terlihat barang yang dijual kelihatan banyak dan lengkap. Pemilik terkesan harus menampilkan barang dagangan semua, sehingga banyak sekali barang

yang “tergantung”. Kelemahan model seperti ini, pemilik bisa lupa letak barang, konsumen agak terganggu dengan barang dagangan yang tergantung. Segi keamanan terlihat masih kurang.



Jika toko-toko kecil tersebut mengikuti kaidah atau SOP penataan produk, memang jauh dari kemungkinan “patuh”, karena dalam benak mereka adalah :

1. Barang dagangan mereka laris/terbeli
2. Mereka hanya memikirkan membeli barang dan menjual barang
3. Sangat sulit untuk menghitung keuntungan

Beberapa foto toko yang penulis ambil dari Google gambar, sebagai contoh toko kecil dengan penataan barang yang sederhana.

#### 4. KEUNTUNGAN DAN KELEMAHAN PENATAAN BARANG DAGANGAN

- 1) . Keuntungan Display toko kecil
  - a. Salah satu bagian promosi
  - b. Display toko bisa digunakan untuk menampilkan kreativitas pemilik
  - c. Toko lebih menarik minat pembeli
  - d. Toko sebagai ajang inovasi pemilik toko (dalam display)
  - e. Penampilan toko lebih berbeda dengan toko pesaing
- 2) . Kelemahan Display toko kecil
  - a. Konsumen tidak bisa melihat secara langsung produk yang di jual karna suatu display kadang tidak sesuai dengan produk yang akan di jual
  - b. Pemilik toko dan pembeli kesulitan untuk menemukan produk secara cepat, karena kemungkinan pemilik toko lupa tempatnya.
  - c. Tidak terdeteksi dengan cepat produk yang sudah habis.
  - d. Tidak menyimpan stock terlalu lama



## **E. PENUTUP**

### 1. Kesimpulan

Display barang dagangan bukan untuk bertujuan untuk menumpuk barang, namun lebih kepada bagaimana barang dagangan menarik keinginan pembeli konsumen. Sesuai dengan tokonya, display barang perlu rapi. Tidak harus besar, namun bisa digolong-golongkan, sesuai dengan penjelasan klasifikasi barang diatas.

Bagaimana memberi info tentang penataan barang kepada para pemilik toko kecil. Peran pemerintah dalam hal ini sangat diperlukan, terutama dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam pembinaannya. Seandainya bisa, para pemilik toko kecil dibuatkan asosiasi agar mempermudah pembinaan.

Dalam pembinaan tersebut, pemerintah melalui Dinkop UMKM memberikan pengetahuan dan ketrampilan :

- a. Cara promosi
- b. Menyimpan barang dagangan
- c. Menata Produk
- d. Pencatatan pembelian, penjualan secara sederhana.
- e. Informasi pemasok barang dagangan.
- f. Dan lain-lain.

Kelemahan utama pada toko kecil adalah tidak adanya pencatatan keuangan. Bisa dipahami bahwa toko kecil memang untuk menopang hidup mereka. Jadi secara sederhana pun mereka tidak mempunyai catatan. Sehingga tidak pernah tahu jika ditanya berapa labanya ? jika omzet, mungkin bisa dijawab, namun klo sudah laba, mereka para pemilik toko kecil tidak mampu menjawab.

Kecuali, jika memang benar-benar pemilik toko sudah pernah mengikuti pelatihan UMKM sehingga lebih baik dan tertata dalam semua hal tentang toko kecilnya. Semoga kedepan, toko kecil lebih baik dan lebih tertata, agar bisa menghidupi keluarga.

### 2. Saran

Penulis berharap, pemerintah daerah, pemerintah pusat, atau CSR dari perusahaan besar, bisa membantu masyarakat yang menjalani usaha sebagai pemilik toko kecil, agar kehidupan mereka lebih sejahtera.

## **F. DAFTAR PUSTAKA**

Buchari Alma, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kelima, edisi revisi, Penerbit, Alfabeta, Bandung

Ebert, Griffin, Edisi Kesepuluh, Pengantar Bisnis, cetakan kedelapan belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Ebert, Griffin, Edisi ketujuh, Bisnis, jilid 1, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2010, Konsep Dasar Kewirausahaan, Buku 2, Penerbit Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.

Puspitasari Devi, Yusniar Mefrina, Penataan Barang Dagangan, 2014, penerbit CV. Rizeva Utama, Depok

[https://www.google.com/search?q=gambar+toko+kecil&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEWjjMThwp\\_jAhXKeisKHdNIAS4QsAR6BAgGEAE&biw=1280&bih=619](https://www.google.com/search?q=gambar+toko+kecil&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEWjjMThwp_jAhXKeisKHdNIAS4QsAR6BAgGEAE&biw=1280&bih=619) diakses pada tanggal 5 Juli 2019 pada pukul 12.00 wib