

Menarik Minat Membeli Konsumen dengan Penataan Tata Letak yang Baik

Tata letak produk menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari nilai manfaat dan estetika suatu produk. Peningkatan produk yang baik memperbesar peluang produk mendapat perhatian dari konsumen. Minat konsumen yang sudah terbangun akan mendorong konsumen untuk mengetahui lebih banyak mengenai produk dan akhirnya dapat menciptakan minat membeli konsumen terhadap produk.

produk.

yang lebih efektif, memudahkan pemeliharaan produk, meminimalkan kerusakan produk, dan orientasi konsumen untuk memilih produk menjadi lebih terfokus. Tata letak yang baik juga menciptakan ruang gerak yang lebih leluasa bagi penjual dan anak produk.

Secara umum ada beberapa jenis tata letak, yaitu pertama tata letak posisi tetap dimana tata letak tidak diizinkan untuk pekerjaan proyek. Tipe ini akan membawa semakin kebutuhan pembuatan produk, seperti halnya

baku, tenaga kerja, mesin maupun alat produksi ke lokasi pembuatan produk.

produk terputus-putus dengan variasi produk tinggi sehingga bersifat fleksibel.



Oleh :
Sanny Ekawati, SE., MM.

Dosen Universitas
Tarumanagara

Kedua, tata letak proses dimana tata letak ini dimaksudkan untuk proses

Mesin-mesin dengan fungsi yang sama akan digabungkan dalam satu area.

ketiga, tata letak produk dimana tata letak ini digunakan untuk membuat tata letak yang baik, antaralain: 1. Jenis

nakan untuk proses produksi terus menerus. Variasi produk yang dihasilkan tidak ter-

produk yang dihasilkan akan menentukan tata letak yang bagaimana yang akan diter-

apkan; 2. Urutan proses dari suatu produk juga

menggarut keputusan mengenai tata letak yang akan digunakan; 3. jumlah mesin dan kebutuhan ruang yang diperlukan menentukan jenis tata letak; 4. pertimbangan estetika turut menentukan bagaimana tata letak yang baik; 5. kebutuhan akan arus informasi menentukan tata letak yang dibutuhkan; 6. Masalah hiajau pemilihan arah (neuanan atau) bahan baku

(penugasan) bahan baku juga kerap menjadi pertimbangan dalam menentukan tata letak.

Secara umum untuk produk retail, maka yang harus diperhatikan dalam perancangan tetap adalah menempatkan produk yang sedang tren (tinggi peminatnya) atau mesin di dalam etalase kaca toko atau posisi yang mudah dijangkau konsumen. Jangan lupa bahwa pencahayaan juga memainkan peranan penting di dalam menarik perhatian konsumen. Jadi pastikan bahwa pencahayaan yang ada memadai dan turut mendukung. Selain itu juga menyusun produk sesuai merek atau tipe yang sama. Hal ini dimaksudkan untuk membangun konsumen memiliki diantara berbagai alternatif yang ada, sehingga konsumen dapat memutuskan sesuai dengan kebutuhan atau preferensinya. (***)

An advertisement for Arsenio Mobil featuring a large yellow banner at the top with the company name in red and blue. Below the banner is a red sign with white text: "ARSENIO MOBIL", "BAN GANTI", "SERVICE", "GANTI OLI", "BAN", "NETROGEN", and "SPARE PART". To the right is a photograph of the service station's interior with several vehicles and equipment. At the bottom left is a photo of a building, and at the bottom right is a photo of a car being worked on under a canopy.

Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Periklanan dan Hubungan Masyarakat

Kommunikasi merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan usaha bisnis. Kemampuan berkomunikasi akan memberikan dampak yang positif diantaranya adalah penerimaan produk yang lebih cepat, pemahaman produk yang lebih baik, dan membangun hubungan dengan pelanggan yang lebih efektif.

Dalam menjalankan usaha, pemilik bisnis haruslah memahami mengenai komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi atau sering dikenal dengan IMC (Integrated Marketing Communication) merupakan kemampuan untuk

mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua saluran komunikasi perusahaan untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menyehiruh mengenai Perusahaan dan produknya.

IMC ini terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan pemasaran digital. Dalam mengintegrasikan komunikasi pemasaran yang efektif, maka langkah yang harus dilakukan pemasar adalah mengetahui identifikasi target

audiens, menentukan tujuan dari komunikasi, merancang pesan,

tuk membangun kesadaran merek konsumen terhadap produk mereka. Membuat iklan yang menarik merupakan faktor keberhasilan suatu produk dapat dikenal masyarakat. Akan tetapi dalam penerapannya perlu dipertimbangkan tujuan dan anggaran dalam pembuatan iklan tersebut.

Adalah beberapa tujuan dari periklanan, antara lain pertama untuk memperkenalkan produk, kedua untuk membandingkan produk, dan ketiga adalah untuk memajukan konsumen membeli produk.

Anggaran yang ditetapkan dalam membuat iklan harus diperlakukan dengan baik agar mendapatkan ROI (Return on Advertising Investment) yang memadai. Pemasar juga perlu memerlukan teknologi dalam membuat iklan agar plakter tidak biasa dan pun perbedaan persepsi konsumen. Iklan yang baik bukan hanya menarik tapi juga mencerminkan reputasi dari perusahaan tersebut. Jenis iklan yang dibuat saat ini lebih mengutamakan kepedulian pada lingkungan dan masyarakat yang akan dikaitkan dengan merek produk. Hal ini dianggap cukup berhasil mengingat adanya peningkatan perhatian masyarakat pada kelestarian lingkungan, penggunaan komposisi produk yang aman, dan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.

Selain dari periklanan, hubungan masyarakat yang mencakup publisitas merupakan aktivitas yang dirancang perusahaan untuk dapat membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak. Kadang-kadang penggunaan humas ini lebih

baik memakan biaya dibandingkan dengan iklan, akan tetapi memiliki dampak yang besar. Humas ini dapat dilakukan mencakup cerita, periswi, ataupun video dengan berbagai media ataupun dibagikan secara viral oleh konsumen.

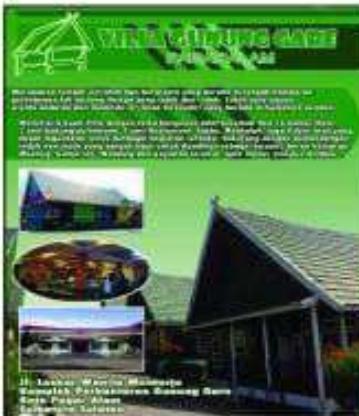
Cerita mengenai perusahaan dapat berupa sejarah perusahaan, produk-produk yang dihasilkan perusahaan ataupun laporan keuangan yang dipublikasikan. Cerita ataupun pengalaman yang baik, tentu saja akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan perlu memerlukan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Perusahaan juga perlu mengadakan event-event tertentu untuk menarik minat konsumen, membangun kesadaran merek, dan mempromosikan produk perusahaan. Dengan event yang diadakan perusahaan yang diwakilkan oleh tenaga penjual akan berinteraksi langsung dengan konsumen. Salah satu event yang biasa dilakukan perusahaan adalah pada saat launching produk.

Videot yang dibuat oleh perusahaan dapat berupa video edukasi mengenai produk ataupun video mengenai hal-hal lainnya dengan konten yang menarik. Tidak jarang saat ini perusahaan mempekerjakan content creator dan menggunakan influencer untuk membuat video yang menarik dan kreatif. Apapun cara yang ditempuh perusahaan untuk membangun kesadaran merek dan merangkul konsumen, pada akhirnya perusahaan harus memerlukan teknologi pemasaran sehingga menciptakan citra perusahaan yang baik. (***)

Oleh :
Sanny Ekawa, SE., MM.

Dosen: Universitas Tarumanegara



Tukang Bordir Kebanjiran Pesanan

Imbas Panen Kopi – Tahun Ajaran Baru

PAGARALAM POS, Pagaralam - Memasuki tahun ajaran baru 2024/2025, sejumlah tukang bordir namad dan atribut baju sekolah di Pagaralam kebanjiran orderan pesanan. Kondisi ini juga dirasakan oleh Yuli, seorang penjahit yang juga melayani jasa bordir nama dan atribut sekolah di Jalan Gunung.

"Sejak dua minggu terakhir, pesanan bordir tak pernah

berhenti. Wali siswa banyak memesan badge kelas dan lambang sekolah. Alhamdulillah, orderan tetap datang, tak hanya bordir nama tapi juga pesanan seragam sekolah,"

Tahun ajaran baru ini membanjirkan pelaku usaha di Pagaralam, termasuk Yuli. "Tahun ini benar-benar jadi ladang rezeki bagi kami, karena beroperasi dengan musim panen kopi dan harga yang cukup tinggi. Ladi, orderan dan pesanan bordir nama juga mengalami peningkatan," tambahnya.

Meski terjadi peningkatan pesanan, Yuli tetap memper-

tanahkan harga yang sama. "Untuk harga, kita masih di harga yang sama, satu itemnya tetap Rp5.000 untuk bordir nama dan Rp7.500 untuk atribut pelengkap baju seragam sekolah. Namun, jika bahan lengkap dan langsung dipasangkan, kita kasih potongan harga Rp4.000 saja," jelasknya.

Puji Astuti, salah satu wali murid yang memesan bordir atribut sekolah di tempat Yuli, mengungkapkan bahwa harga perlengkapan atribut seragam sekolah anaknya cukup terjangkau. "Harga di sini relatif murah dan mudah diperoleh," katanya.

Kondisi ini menunjukkan betapa pentingnya momen tahun ajaran baru dan musim panen kopi bagi pelaku usaha leci di Pagaralam. Bagi Yuli dan penjahit lainnya, musim ini membawa peluang besar untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas layanan mereka. Sementara itu, para murid juga merasa terbantu dengan layanan bordir yang cepat, berkualitas, dan terjangkau.

Dengan kondisi ekonomi yang semakin membaik, terutama dengan harga kopi yang tinggi, usaha bordir dan jahit di Pagaralam diharapkan dapat terus berkelanjut-



RAMAI: Penjual jasa bordir nama di tahun ajaran baru 2024/2025 mulai ramai dibanjiri pesanan orangtua siswa.

dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Dukungan dari para pelanggan setia juga menjadi kunci ke-

berhasilan bagi para pelaku usaha ini dalam menghadapi permintaan yang terus meningkat. (De12)

Artikel

Keunggulan Bersaing Pedagang Ritel Melalui Keberagaman Produk

Keberadaan pengecer sebagai pelaku kegiatan ekonomi tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Pengecer dapat meningkatkan pendaftaran suatu daerah dan memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat. Pengecer berperan sebagai agen perubahan dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Pengecer juga dapat berperan sebagai pengagas kepedulian kepada lingkungan. Semakin banyak pengecer yang peduli dengan masalah sosial dan melakukan green retailing, ladi peran pengecer sebagai salah satu saluran distribusi pemerasan memegang fungsi yang penting.

Keberadaan pengecer juga memberikan nilai bagi konsumen, antara lain me-

nyediakan keberagaman produk, memberikan layanan spesifik yang diperlukan oleh konsumen, membantu menyimpan stok barang produksi, dan memecahkan jumlah produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen. Manfaat yang didapatkan dari keberagaman produk adalah penilaian konsumen.

Mereka jadi dengan mudah menemukan produk yang mereka butuhkan dengan melihat-lihat produk lain yang ditawarkan sebagai sisi luburuan (entertainment side).

Keberagaman produk memberikan pengalaman belanja yang lebih informatif karena kompleksitas dan jumlah produk yang lebih banyak. Selain itu juga me-

menyajikan preferensi keinginan mencoba produk baru dari konsumen atas produk yang mereka suka.

Konsumen terpuaskan preferensinya dengan ke-

yang dilakukan konsumen merupakan pendapatan bagi pengecer yang akan memberikan profit bagi mereka.

Akan tetapi, perlu diingat bahwa menawarkan keraga-

heda, kategori produk lebih banyak, dan produk favorit konsumen tersebut.

Persaingan yang semakin ketat saat ini mendorong para pengecer harus memutar otak agar tidak kehilangan pelanggan.

Salah satu carayang dapat dilakukan adalah dengan melakukan produksi assortiment atau keberagaman produk. Produk assortiment adalah tindakan yang dilakukan pengecer dalam menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dengan berbagai pilihan sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Pengecer perlu melakukan pengamatan mengenai barang-barang apa yang sedang atau banyak diminati konsumen. Dari pengamatan tersebut, pengecer dapat melakukan pengembangan dengan menawarkan berbagai varian atau pilihan dari barang tersebut. Sebagai kesimpulan keberagaman produk yang dapat ditawarkan oleh pengecer, semakin menarik minat konsumen untuk melihat bahkan me-

muluskan melakukan pembelian.

Tentu saja hal ini perlu disikapi dengan bijaksana dan cermat, sehingga tidak akan membuat perputaran uang dari pengecer menjadi terganggu karena produk-produk yang tidak dapat terjual.

Pengecer perlu melakukan pengamatan mengenai barang-barang apa yang sedang atau banyak diminati konsumen. Dari pengamatan tersebut, pengecer dapat melakukan pengembangan dengan menawarkan berbagai varian atau pilihan dari barang tersebut. Sebagai kesimpulan keberagaman produk yang dapat ditawarkan oleh pengecer, semakin menarik minat konsumen, akan tetapi perlu dilakukan dengan cermat. (***)



OLEH :
Sanny Ekawati, SE, MM.

Dosen: Universitas Tarumanagara

beradaan barang-barang baru tersebut. Terakhir, dari sisi pengecer akan meningkatkan keuntungan yang didapat karena keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Setiap pembelian

man produk juga akan membuat pengaruhnya keputusan menjadi lebih lama dan kompleks.

Penerimaan keberagaman menjadi lebih besar ketika keberagaman produk ber-



BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH (BAPPEDA) KOTA PAGARALAM

Perencanaan yang Prima Mewujudkan Visi dan Misi Pagaralam Maju



Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM

Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM

Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM
Heri Sugiharto, SE, MM