

Jenis Barang Yang Dijual

Oleh

Suciati S.Pd., M.Ds

Prodi Pendidikan tata Busana JPKK FPTK UPI

Barang yang dijual pada umumnya dapat dikategorikan sebagai :

Jenis Barang	Pengertian	Contoh
<i>Demand goods</i>	Barang-barang pokok kebutuhan hidup sehari-hari yang dapat dibeli di hampir semua toko di sembarang tempat dan waktu.	Makanan, minuman, obat-obatan, sabun, sikat gigi.
<i>Convenience goods</i>	Barang-barang tuntutan hidup yang sudah baku dengan standar kualitas tertentu dan kegunaan. Barang tersebut dibeli dengan pertimbangan masak yakni setelah meneliti mutu dan harganya.	Busana, sepatu, alat-alat rumah tangga
<i>Impulse goods</i>	Barang-barang mewah yang berharga mahal dan serta tiba-tiba ingin dimiliki.	Parfum, perhiasan, perlengkapan busana wanita

Fungsi Etalase Toko

Penyajian barang dagangan berkaitan dengan teknik penyajian barang-barang dalam gerai atau toko untuk menciptakan situasi dan suasana tertentu. Teknik dan metode penyajiannya terkait dengan keragaman produk, koordinasi kategori produk, *display*, pencahayaan dan tata warna.

Penyajian barang dagangan sering kali dikaitkan dengan teknik *visual merchandising*. Teknik penyajian berupa cara-cara penyajian atau men-*display* barang-barang. Sedangkan *visual merchandising* adalah gabungan unsur desain lingkungan toko, penyajian *merchandise* dan komunikasi dalam toko (*in-store communication*).

Contoh *visual merchandising* adalah *display* harga khususnya harga yang menciptakan citra ritel dan suasana ritel di benak pelanggan. Diskon harga diletakkan pada tempat yang tepat dalam ukuran cukup besar dan menarik perhatian, selain itu penempatan konter kasir. Pada toko berbasis diskon konter kasir ditempatkan pada tempat yang mudah dilihat dari segala arah dalam toko sementara pada toko bergengsi konter kasir di tempatkan pada tempat agak tersembunyi.

Penyajian *merchandise* dan *visual merchandising* bertujuan memikat pelanggan dari penampilan, suara dan aroma bahkan berupa barang yang dapat disentuh konsumen. Pada tingkat yang lebih tinggi keduanya diharapkan mampu menembus benak konsumen melalui ide dan *image*.

Teknik penyajian *merchandise* dapat dikategorikan :

No	Jenis <i>Display</i>	Tujuan
1.	<i>Display</i> terbuka	Penataan yang dimaksudkan untuk menciptakan kedekatan antara pembeli dan penjual. Konsumen cenderung berhenti untuk melihat dan menyentuh sehingga kemungkinan berbelanja menjadi meningkat
2.	<i>Display</i> gabungan (<i>assortment display</i>)	Menyajikan banyak ragam barang dagangan
3.	<i>Display</i> lengkap (<i>ensamble display</i>)	Menyajikan secara lengkap produk-produk yang saling berkaitan dan saling mendukung
4.	<i>Display</i> tema (<i>theme setting display</i>)	Memperagakan produk yang berkaitan dengan tema-tema yang sedang berlangsung dan diciptakan untuk memproyeksikan suasana terkait baik secara lokal maupun internasional
5.	<i>Display</i> gaya hidup	Berkaitan dengan segmen pasar tertentu yang menjadi target peritel
6.	<i>Display</i> terkoordinasi	Suatu <i>display</i> yang melengkapi item utama yang di- <i>display</i> dengan item-item terkait sehingga membentuk suatu rangkaian yang lengkap dan utuh

7.	<i>Display</i> yang didominasi kategori produk	<i>Display</i> yang mencakup segala ukuran, warna atau jenis kegunaannya untuk memberi kesan peritel yang memiliki keragaman dan kedalaman kategori produk yang dijual
8.	<i>Display power aisles</i>	<i>Display</i> yang sedikit item tetapi dalam jumlah yang besar ditempatkan di suatu gang untuk memberi kesan harga rendah
9.	<i>Display</i> nama atau konsesi	<i>Display</i> yang menawarkan koleksi produk merek tertentu
10.	<i>Display</i> lemari (<i>case display</i>)	Penyajian barang pada semacam rak untuk barang yang besar
11.	<i>Display</i> keaslian <i>packaging</i> (<i>cut case</i>)	Tempat penyajian barang berupa kotak atau dus tempat barang yang dipotong sebagian untuk menimbulkan citra orisinalitas <i>packaging</i>
12.	<i>Display</i> dengan teknik tertentu	Penempatan produk pada posisi yang favorit seperti ujung jalan, posisi sebatas tinggi mata atau di konter kasir

Salah satu bentuk *display* adalah etalase toko atau *store window display*. Etalase sebagai bagian dari wajah toko merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menarik orang agar mau memasuki toko. Etalase berfungsi sebagai tempat atau sarana promosi dari barang yang dijual atau sebagai perantara dari barang yang dijual di dalam toko dengan pejalan kaki yang melewati bagian depan toko.

Tinjauan Khusus Etalase Toko

a. Batasan Etalase

Etalase merupakan sebuah toko yang berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi dalam sistem perdagangan moderen. Disebut media informasi karena etalase merupakan wadah atau alat promosi dari barang-barang yang dijual dan sebagai media komunikasi karena merupakan bagian dari kegiatan daerah penjualan dari suatu proses pertemuan antara pembeli dan penjual barang. Kondisi itu dapat digambarkan sebagai berikut :

b. Etalase Toko Sebagai Bagian Dari Wajah Toko (*Fasade*)

Wajah sebuah toko umumnya ditentukan oleh elemen-elemen :

1. Tanda atau tulisan nama toko
2. Etalase sebagai ruang daya tarik
3. Pintu masuk untuk pengunjung

Bentuk-bentuk etalase dipengaruhi oleh faktor-faktor :

1. Besar dan banyaknya ruang etalase
2. Besar dan banyaknya pintu masuk
3. Lebar atau sempitnya fasade toko
4. Tahapan perhatian pengunjung terhadap benda
5. Pencahayaan, baik cahaya alam maupun buatan

Adapun bentuk etalase secara pendanaan dapat dibagi menjadi beberapa bentuk tergantung dari lokasinya.

Tujuan Penataan Etalase

Etalase dapat mengubah seorang pengunjung biasa menjadi langganan tetap. Prosesnya dimulai dari memikat pejalan kaki untuk melihat, menarik perhatiannya kepada barang pajangan, mengubah perhatian tersebut menjadi minat untuk memiliki dan terakhir membuatnya ingin membeli barang tersebut.

Adanya kenyataan bahwa orang membeli barang, secara impulsif menunjukkan bahwa sebagian besar orang melakukan pembelian karena tertarik oleh barang-barang yang dipajang di etalase.

Hal-Hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Penataan Etalase

Seperti ditulis Heru Hendrayanto (9-10:1985) yang dikutip dari Louis Parnes A.I.A 1957 hal. 159 bahwa untuk dapat mencapai keberhasilan dalam penataan etalase syarat yang harus dipenuhi adalah :

- a. *Display* atau penataan barang harus dapat mendramatisir barang pajang sehingga dapat meyakinkan orang terhadap mutu dan kegunaan barang yang dipajang.
- b. Identitas toko harus menjadi papan reklame dalam mempromosikan karakter toko dan jenis barang yang di pajang.
- c. Adanya daya dorong serta ajakan untuk memasuki toko sehingga akan membangkitkan keinginan untuk membeli.