

## Pengaruh Peletakan *Display* Produk Berdasarkan Prinsip 5R dan Planogram terhadap Peningkatan Penjualan: Studi Kasus pada Ritel X di Lamongan

Ricky Haryanto<sup>1</sup>, Tanti Octavia<sup>1</sup>, Rachmat Sugianto<sup>2</sup>

---

**Abstract:** *This research attempts to improve the sales of a convenience store. The proposed improvements are done using 5R and planogram concepts. Planogram is applied to classify the products and to determine the locations of the racks. The Implementation has been done and it showed 200 of 475 items has increased in number of sales. The average weekly demand for the increased items is 62 units. The implementation is applied during fasting period where the highest priority of buyers is foods and drinks. Therefore, for drugs and cigarettes has the smallest the number of sales.*

**Keywords:** *Concept 5R, Planogram.*

---

### Pendahuluan

Ritel X adalah sebuah *retailer* yang menjual berbagai macam bahan sembako. Saat ini, Ritel X ingin meningkatkan penjualan barang yang menghasilkan keuntungan, tetapi banyak faktor yang menghambat keinginan Ritel X. Salah satu masalah yang sering terjadi pada karyawan Ritel X yaitu, sering kali mencari dimana posisi barang berada dan juga mengalami kesusahan dalam pengecekan jumlah barang akhir yang berada pada komputer. Kondisi Ritel X menunjukkan ketidak rapihan yang membuat konsumen menilai buruk terhadap Ritel X. Ritel X memiliki karyawan yang berbagai macam perilaku dan disiplin diri, sehingga itu menunjukkan tingkatan kinerja Ritel X. Namun dalam kondisi aktual dalam Ritel X banyak karyawan yang menempatkan barang pada tempat yang kosong yang tersedia sehingga menimbulkan masalah yang lain (waktu mencari, dan kecelakaan.).

Menurut Hobbs (2004) ketertiban dan kerapian merupakan elemen penting dalam lingkungan kerja. Permasalahan Ritel X diatas dapat diselesaikan dengan manajemen strategis yang mengikuti konsep dasar *display* dan 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin). 5R yang merupakan adaptasi dari program 5S (Seiri, Seiton, Seiso Seiketsu, dan Shitsuke) yang dikembangkan oleh Jepang dan sudah diterapkan di berbagai negara. Pengaturan ini memiliki dampak yaitu efisiensi, produktifitas, kualitas, keselamatan kerja, dan mengurangi pemborosan waktu, sebab itu banyak peneliti yang tertarik mengembangkan sebagai topik penelitian.

Manajemen strategis dengan mengikuti konsep dasar 5R dan *Display* diharapkan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik yang mendukung aktivitas perusahaan atau meningkatkan keuntungan dan berusaha untuk menghilangkan maupun mengurangi aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah untuk aktivitas perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan sebagai dasar untuk meningkatkan budaya Indonesia menjadi lebih baik lagi.

---

<sup>1</sup> Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Industri, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236. Email: rickyharyanto023@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Pariwisata, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236.

## Metode Penelitian

Bagian ini akan membahas tahap penelitian yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini.

### Metode 5R

Metode ini memberikan tekanan kepada tempat kerja untuk menjadi terorganisir dengan baik ialah melakukan gerakan 5S. Dasarnya gerakan 5S ini adalah kebulatan tekad untuk mengadakan pemilihan ditempat kerja, mengadakan penataan, pembersihan, memelihara kondisi yang mantap dan memelihara kebiasaan yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik. Nama 5S berasal dari huruf pertama dari istilah Jepang Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke, yang susah diingat oleh orang non-jepang, sebab itu memiliki berbagai bahasa di setiap negara seperti Indonesia dengan 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin) (Osada, 1995).

- Ringkas  
Tahap pertama dilakukan pemilihan barang yang sering digunakan, jarang digunakan, dan tidak digunakan. Barang yang jarang digunakan termasuk barang yang tidak dijual seperti kemoceng, alat cukur, *plastic sealer*, dan barang pribadi *owner*. Barang yang tidak digunakan bisa dibuang.
- Rapi  
Tahap kedua dilakukan penataan barang sesuai tempatnya. Penataan dilakukan berdasarkan Pengkategorian barang sesuai kondisi Ritel X. Hasil analisa planogram digunakan sebagai dasar penataan pada Ritel X. Bagian Rak yang tidak terlihat oleh konsumen (Rak B4=Rak B baris ke 4) digunakan sebagai tempat barang yang jarang digunakan.
- Resik  
Tahap ketiga dilakukan pembersihan yang menghilangkan sampah, kotoran, dan barang yang tidak digunakan untuk memperoleh tempat kerja yang nyaman. Tahap pembersihan juga bisa disebut tahap inspeksi dalam lingkungan kerja (contoh: ketidak-sesuaian visual planogram seperti rokok ditemukan pada rak pembersih).
- Rawat  
Tahap keempat dilakukan pemantapan atau pemeliharaan barang dengan teratur, rapi,

dan bersih pada Ritel X. Tahap ini Karyawan diberikan visual planogram yang digunakan sebagai *standard* dari dasar penataan barang.

- Rajin  
Tahap kelima, kegiatan yang telah dilakukan menjadi kebiasaan yang baik dan benar. Tahap ini karyawan di *monitoring* selama 1 bulan puasa 2018 untuk terbiasa melakukan kegiatan diatas menjadi kebiasaan baik.

### Planogram

Planogram atau *space management* adalah sesuatu konsep yang digunakan untuk merencanakan pemajangan produk berdasarkan kebiasaan cara belanja konsumen. Planogram bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan ritel dengan bantuan diagram atau model yang melihatkan penempatan produk pada rak-rak ritel. Planogram merupakan sesuatu hal penting yang dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi sebuah ritel dengan penataan yang mengikuti kebiasaan dari konsumen atau dari faktor-faktor barang tersebut. Planogram dapat dibuat dengan empat langkah dasar yaitu sebagai berikut (Leolita, 2012):

- Mengklasifikasikan barang sesuai kategori  
Tahap pertama klasifikasi dilakukan berdasarkan ketentuan kategori pada Ritel X. Klasifikasi terbagi menjadi enam kategori (Bahan Pokok, Lain-Lain, Makanan, Minuman, Obat-Obatan, dan Rokok).
- Mengkategorikan barang *slow and fast moving*.  
Tahap kedua pembagian kategori *fast and slow moving* menggunakan konsep Pareto Chart. Pareto chart yang tergolong dalam 80% bisa dikatakan sebagai kategori *fast moving* dan sebaliknya. Kategori *fast moving* menunjukkan bahwa barang bergerak cepat atau penjualan tinggi. *Fast and slow moving* dilakukan dalam enam kategori (Bahan pokok, Lain-Lain, Makanan, minuman, Obat-obatan, Rokok).
- Membuat *layout* dari ritel  
Tahap ketiga dilakukan penggambaran *layout* awal pada Ritel X beserta ukuran, dimensi, volum, kapasitas barang, dan hingga penempatan barang sesuai dengan kondisi aktual.
- Membuat analisa barang  
Tahap keempat dilakukan analisa barang yang sesuai pada rak tanpa merubah *layout*. Analisa barang dilakukan dengan menggunakan berbagai analisa sumber seperti rokok mahal diletakan dekat dengan *owner*, ukuran barang

yang sesuai dengan rak, kapasitas barang dari rak tersebut, dan kemudahan barang yang dilihat.

## Pembahasan

### Profil Ritel X

Ritel X adalah perusahaan yang menjual berbagai macam bahan pokok kebutuhan sehari-hari dan produk lainnya. Ritel X didirikan oleh Moenawi sejak tahun 1975 dimana memiliki 12 karyawan sekarang ini. Ritel X sekarang ini menggunakan sistem pembayaran yang masih tradisional, yaitu dengan uang tunai. Retail X memiliki waktu operasi pada hari Senin sampai Sabtu jam 08:30 – 17:00 WIB.

### *Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats Analisis Ritel X*

Langkah pertama dari penelitian ini adalah melakukan pengamatan lingkungan yang meliputi pengamatan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (kesempatan dan ancaman). Pengamatan lingkungan dilakukan menggunakan analisa SWOT yaitu sebagai berikut:

#### **Strengths (Kekuatan)**

- Kekuatan dari Ritel X yang bisa digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengoptimalkan strategi memajukan Ritel X yaitu sebagai berikut:
- Harga grosir (lebih murah)
- Sudah dikenal masyarakat Lamongan
- Adanya ritel yang membeli juga (menjadi tempat grosir)
- Berbagai macam jenis barang / lengkap (*multi stock item*)
- Bisa pesan barang ( contoh: konsumen menginginkan *brand* tertentu tetapi harus logis / bingkisan khusus dibuat sesuai *budget*)

#### **Weakness (Kelemahan)**

- Kelemahan dari Ritel X yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengoptimalkan strategi memajukan Ritel X yaitu sebagai berikut:
- Terlalu banyak macam yang dijual (jadi tidak terfokus)
- Ketidak-nyamanan lingkungan kerja
- Ketidakrapian *display*
- Susah menghitung *stock opname* (perhitungan secara fisik)
- Kalau terlalu ramai akan kesibukan karena sistem terbesar pada SDM
- Modal besar untung sedikit

#### **Opportunities (Kesempatan)**

- Kesempatan dari Ritel X yang bisa digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengoptimalkan strategi memajukan Ritel X yaitu sebagai berikut:
- Melakukan pencampuran modern dengan konvensional
- Meningkatkan penjual dengan *display*
- Melakukan kerjasama dengan *supplier* (tepat waktu dalam perjanjian *order*)
- Bisa bayar mundur dari *supplier* (Ritel X diberi utang oleh *supplier*)
- Ada pabrik yang kasih biaya diakhir (setelah barang terjual)
- Ada pabrik yang memberikan kerjasama tentang *display* produk
- Jika barang tidak laku / sepi pabrik memberi promo
- Jika pabrik besar terdapat barang yang kadarluarsa bisa ditukar
- Ada promo dari pabrik besar ( seperti diadakan undian)

#### **Threats (Ancaman)**

- Ancaman dari Ritel X yang bisa digunakan sebagai dasar evaluasi untuk mengoptimalkan strategi untuk memajukan Ritel X yaitu sebagai berikut:
- Banyak ritel yang terus membuat inovasi dan juga memasang iklan / promo yang besar sehingga memperketat persaingan
- Konsumen bisa saja berpindah ke lain ritel
- Terlalu banyak pesaing (sehingga semua banting harga)
- Barang bisa rusak karena adanya tikus

#### **Identifikasi Permasalahan**

- Menentukan permasalahan yang terjadi pada Ritel X sebagai dasar pembuatan peletakan produk. Permasalahan yang sering terjadi pada Ritel X sebagai berikut:
- Susah menghitung *stock opname* (perhitungan secara fisik)
- Lingkungan internal Ritel x yang kurang nyaman
- Karyawan sering melakukan pencarian dikarenakan penempatan barang yang tidak menentu

#### **Perancangan Strategi *Display* Barang dengan Menggunakan Konsep 5R**

Tahap ini adalah melakukan perancangan strategi *display* dengan menggunakan konsep planogram

**1. Mengklasifikasikan Barang Sesuai dengan Kategorinya dan Mengkategorikan Barang *Slow and Fast Moving***

Mengkategorikan barang *slow and fast moving* dengan kategori barang yang sudah ada pada Ritel X menggunakan pareto chart. Pembuatan kategori diperlukan untuk dapat mengelompokkan barang yang jarang atau yang sering dipesan sebagai informasi untuk pembuatan planogram.

**Tabel 1.** Kategori *Fast moving* Klasifikasi Bahan Pokok

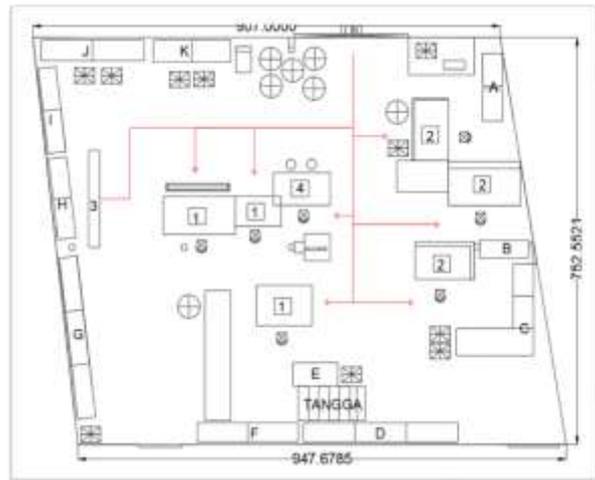
| Bahan pokok (2017) |                  |        |                      |                  |
|--------------------|------------------|--------|----------------------|------------------|
| No                 | Nama             | Jumlah | Rata-rata per minggu | Persen Kumulatif |
| 1                  | Hawai            | 42528  | 834                  | 34,46%           |
| 2                  | Miwon 250gr      | 25594  | 502                  | 55,20%           |
| 3                  | menara (1,4kg)   | 15636  | 307                  | 67,87%           |
| 4                  | Masako           | 8491   | 166                  | 74,75%           |
| 5                  | Pecel BJ (100gr) | 8060   | 161                  | 81,28%           |

Tabel 1 menunjukkan bahwa 5 dari 18 barang termasuk dalam kategori *fast moving* yang berarti 5 barang ini sudah mencakup bagian dari kategori bahan pokok. Data *fast moving* digunakan sebagai dasar peletakan barang pada implementasi di Ritel X. Produk paling laku dikategori bahan pokok yaitu Hwai, yang menunjukkan 34,46% dari total pembelian produk pada kategori bahan pokok. Produk (Hwai) memiliki rata-rata per minggu sejumlah 834 item.

**2. Membuat *Layout* Ritel X**

Melakukan pembuatan *layout* meliputi bentuk Ritel X, luas Ritel X, luas rak, volum rak, dimensi Ritel X, penempatan barang, sistem, aliran dan menggambar *layout*. Pembuatan *layout* digunakan sebagai dasar untuk penempatan agar mengetahui posisi peletakan barang yang sesuai.

*Layout* nantinya digunakan sebagai standar akhir informasi penempatan barang yang bisa digunakan karyawan dan konsumen untuk mengetahui tempat barang yang dibutuhkan.



**Gambar 1.** *Layout* Awal Ritel X

Gambar 1 *layout* awal Ritel X menunjukkan bahwa Ritel X tidak berbentuk persegi melainkan jajar genjang dengan panjang atas 9,07, panjang bawah 9,47 meter, tinggi 7,52 meter, lebar kiri 7,48 meter, lebar kanan 7,63. Pintu masuk Ritel X ditunjukkan oleh tulisan (IN). Pusat *layout* ialah meja *counter* 1 yang digunakan sebagai pemasukan data pemesan konsumen pada komputer (pembuatan nota). Aliran proses penjualan pada Ritel X ditunjukkan pada garis berwarna merah. Sistem pada Ritel X masih tradisional yang terpusat oleh karyawan tetapi *owner* tidak mau berubah dikarenakan takut karyawannya mencuri.

**3. Membuat Analisa Barang**

Analisa barang ini digunakan sebagai alasan penempatan barang yang sesuai pada rak di Ritel X. Analisa penempatan barang bisa meliputi *fast and slow moving*, ukuran rak, barang yang berkaitan, jumlah barang, kondisi rak, dan *layout rak*. Analisa penempatan peletakan barang pada Ritel X dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Data Pertimbangan

| Rak | Jenis Barang  | Alasan Penempatan   |
|-----|---|---|
| A   | Rokok ( Rokok yang dengan harga Rp 120.000 dan <i>slow moving</i> ) | Dibelakang <i>owner</i> lebih aman, <i>slow moving</i> karena dekat dengan pintu  |
| B   | Rokok ( Rokok yang dengan harga Rp 120.000 dan <i>fast moving</i> ) | Dibelakang <i>owner</i> lebih aman, <i>fast moving</i> karena agak jauh dari pintu  |
| C   | Barang bekas/ barang turun harga                                    | Barang yang dijual ialah barang pelengkap. <i>Owner</i> yang menawarkan kategori barang yang jauh dari kategori Sembako   |
| D   | Minuman, Makanan, minyak (barang khas toko sembako)                 | Rak ini berhadapan lurus dengan pintu masuk yang membuat konsumen jadi lebih mudah membeli(arah depan diberi barang khas Ritel sembako)   |
| E   | Choco mania (barang baru/ barang <i>event</i> )                     | Rak menarik dan mudah ditata (tempat rak juga berdekatan dengan <i>owner</i> yang selalu menyapa konsumen   |
| F   | Pelengkap ( barang yang biasanya ditanya), makanan                  | Bagian sejajar atau lurus mata diberi makanan sembako. Bagian atas dan bawah sebagai pelengkap karena posisi rak kurang strategis (bagian bawah tertutup meja dan bagian agak susah menjangkau karena meja) |
| G   | Permen, kopi rt, sabun, Pembersih sachet                            | Rak dibagian belakang diberi barang yang tidak rapi karena jarang orang yang melalui dan jauh/ RT, sachet), bagian bawah digunakan sebagai tempat penyimpanan atau pembukaan barang                         |
| H   | Pembersih ml, Pembersih diri, popok                                 | Bagian atas yang ringan(popok), tengah (Pembersih diri), bagian bawah Pembersih ml yang berat   |
| I   | Rokok (harga di bawah Rp 120.000), Obat, plastik                    | Rokok yang mudah dilihat oleh karyawan, bagian tengah diberi obat untuk mengetahui tidak bergunanya sindiran pada rokok, bagian bawah produk yang kategori Lain-Lain  |
| J   | Kategori Lain-Lain( lem dan korek)                                  | Kategori Lain-Lain yang tidak bersifat membunuh karena rak lumayan bagus  |
| K   | Kategori Lain-Lain( obat nyamuk, pembunuh)                          | Kategori Lain-Lain yang bersifat membunuh karena rak jelek  |

Tabel 2 menunjukkan analisa penempatan barang tidak selalu dari satu konsep tetapi dari berbagai konsep. Rak H melihat dari ukuran rak itu sendiri untuk menyesuaikan penempatan barang, tidak bisa barang berat dan besar di tempatkan di bagian atas rak yang kecil. Kondisi rak tidak semuanya bisa diperkirakan penempatannya tetapi harus mengikuti kondisi aktual terhadap Ritel X. Hal paling mudah dalam analisa penataan rak ialah terjun ke lapangan untuk menata posisi rak agar sesuai dan semaksimal mungkin.

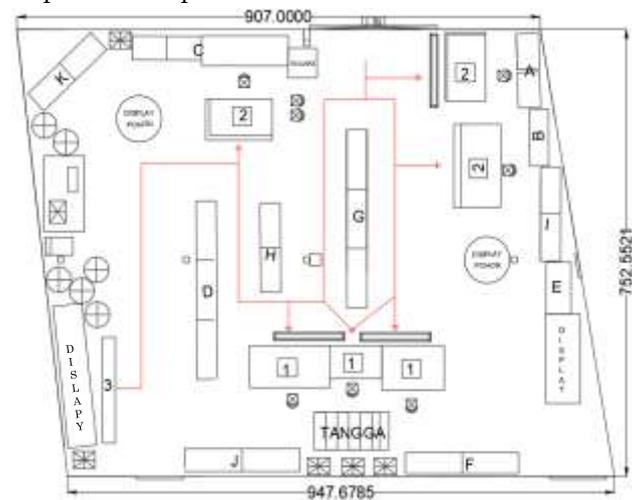
**Usulan Perbaikan Tata Letak**

Inovasi perbaikan tata letak merupakan hal penting dikarenakan tata letak atau *layout* sebagai dasar tempat penjualan. Perbaikan *layout* harus melihat kondisi pada ritel yaitu sistem, jumlah rak, jumlah barang, jumlah jenis, ukuran ritel, dan batasan dari *owner*. Usulan *layout* dilakukan pada Ritel X dengan mempertimbangkan sebagai:

- Batasan yang diberikan oleh *owner* (tidak merubah sistem dan keamanan)
- Tempat event (meja atau rak sebagai tempat event yang berlangsung)

- *Race track layout*
- *Grid layout*

*Race track layout* digunakan sebagai *layout* yang membuat konsumen melihat sekeliling Ritel X yang diharapkan dapat menarik dan membeli barang tersebut. *Grid layout* digunakan sebagai dasar penataan barang yang dikelompokkan sesuai kategori masing-masing dan bertujuan membuat konsumen tidak kesulitan dalam pencarian barang. *Layout* usulan perbaikan dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** *layout* usulan perbaikan

*Layout* usulan memiliki luas yang sama dan memberikan 2 rak *diplay* baru dan 2 *display* pohon baru, jadi area kosong lebih digunakan sebagai rak / pajangan yang lebih menarik dan berguna. Pembuatan *layout* berdasarkan batasan *owner* dan menggunakan strategi tipe *race track layout* dan digabungkan dengan *grid layout*.

**Implementasi dan Monitoring**

Implementasi dan *monitoring* dilakukan secara bersamaan agar implementasi tidak terlalu jauh dari harapan. Implementasi dilakukan pada tanggal 17 mei sampai 13 juni pada bulan puasa 2018. Implementasi dilakukan selama 28 hari atau 4 minggu. *Monitoring* dilakukan setiap minggu (satu atau dua hari pada hari jumat dan sabtu). Implementasi dapat dilihat dari Gambar 3.



**Gambar 3.** Susunan Barang pada Rak E yang Telah diperbaiki

Barang yang perlu di *display* pada Rak E adalah barang-barang yang sesuai dengan *event* saat itu. Contohnya, saat bulan puasa : biskuit kaleng dan snack yang di tempatkan pada Rak E.



**Gambar 4.** *Impulse buying*

Gambar 4. menunjukkan implementasi yang dilakukan pada Ritel X menggunakan *impulse buying*. *Impulse buying* pada meja adalah barang-barang snack dengan harga murah. Strategi dilihat dari kebutuhan di bulan puasa seperti makanan manis untuk menarik konsumen. *Impulse buying* ini diharapkan agar konsumen membeli tanpa tujuan.

*Monitoring* dilakukan dengan cara melihat para pegawai melakukan penataan barang dan mengawasi karyawan yang selalu meletakkan

barang sembarangan. *Monitoring* yang didapatkan ialah banyaknya karyawan yang masih menaruh barang tidak pada tempatnya dikarenakan terlalu diburu waktu dalam melakukan pengambilan dan masih ada yang memakan waktu banyak untuk mencari barang.

### Evaluasi dan Analisa Pembeding

Analisa evaluasi dan saran dilakukan untuk mengetahui penyebab kurangnya implementasi dan masukan untuk memajukan Ritel X.

#### A. Evaluasi

Analisa evaluasi menilai hasil implementasi dan *monitoring* yang terjadi pada Ritel X. *Monitoring* menunjukkan bahwa karyawan belum terbiasa dalam menggunakan peletakan perbaikan. Karyawan menata dengan baik jika ada *owner* yang menyuruh untuk menata peletakan yang sesuai. Hasil implementasi digunakan sebagai nilai keberhasilan implementasi terhadap Ritel X. Hasil implementasi juga dipengaruhi oleh dalam memberikan pelayanan pada konsumen dengan cepat dan tepat. Hasil implementasi dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil *Implementasi*

| Kategori    | Meningkat | Rata-rata Peningkatan | Dari | Persentase |
|-------------|-----------|-----------------------|------|------------|
| Bahan Pokok | 13        | 52                    | 18   | 72,22%     |
| Lain-Lain   | 51        | 103                   | 95   | 53,68%     |
| Makanan     | 35        | 111                   | 89   | 39,33%     |
| Minuman     | 44        | 44                    | 101  | 43,56%     |
| Obat-obatan | 25        | 12                    | 75   | 33,33%     |
| Rokok       | 32        | 13                    | 97   | 32,99%     |
| Total       | 200       | 62                    | 475  | 42,11%     |

Tabel 3 menunjukkan bahwa 200 dari 475 jenis barang mengalami rata-rata peningkatan 62 barang. Kategori Lain-Lain dan makanan mengalami rata-rata peningkatan di atas 100 per item yang berarti mengalami peningkatan yang sangat tinggi. Penurunan tingkat penjualan pada 275 jenis item ini diduga karena data yang tersedia saat implementasi hanya satu bulan. Pada kategori obat-obatan dan rokok mengalami rata-rata peningkatan paling kecil dari semua kategori.

#### B. Analisa Pembeding

Analisa evaluasi dan saran dilakukan untuk Analisa pembeding menunjukkan kondisi sebelum dengan sesudah implementasi yang telah dilakukan. Sebelum implementasi

dilakukan, ak tidak digolongkan dalam kategori dan penataan tidak beraturan. Setelah implementasi, barang telah dikategorikan berdasarkan jenisnya dan tertata rapi dengan menggunakan konsep 5R dan planogram. Perbandingan susunan rak dapat dilihat pada Tabel 4 dan Gambar 5

**Tabel 4.** Perbandingan Susunan Rak Sebelum dan Sesudah Implementasi

| Rak | Sebelum Implementasi                            | Sesudah Implementasi  |
|-----|---|---|
| A   | Rokok, dan barang yang tidak jelas              | Rokok ( Rokok yang dengan harga Rp 120.000 dan <i>slow moving</i> ) |
| B   | Rokok, koyo, korek, obat                        | Rokok ( Rokok yang dengan harga Rp 120.000 dan <i>fast moving</i> ) |
| C   | Barang bekas/ barang turun harga                | Barang bekas/ barang turun harga                                    |
| D   | Minuman, snack, saos, minyak, sirup             | Minuman, Makanan, minyak (barang khas toko sembako)                 |
| E   | Popok, minyak, gelas                            | Choco mania (barang baru/ barang <i>event</i> )                     |
| F   | Obat, tissue, sarden, snack                     | Pelengkap ( barang yang biasanya ditanya), makanan                  |
| G   | Permen, obat, bedak, sabun, sampo               | Permen, kopi rt, sabun, Pembersih sachet                            |
| H   | Sampo, sabun, popok, obat nyamuk, obat, mentega | Pembersih ml, Pembersih diri, popok                                 |
| I   | Rokok, cairan pel-pelan                         | Rokok (harga di bawah Rp 120.000), Obat, plastik                    |
| J   | Obat nyamuk, korek, kartu                       | Kategori Lain-Lain( lem dan korek)                                  |
| K   | Odol, lilin, tepung, lem, autan                 | Kategori Lain-Lain( obat nyamuk, pembunuh)                          |

Tabel 4 menunjukkan perbandingan antara sebelum dengan sesudah implementasi. Rak C tidak ada perubahan sama sekali, disebabkan Rak C digunakan sebagai *dump bins* yang menunjukkan barang yang tidak rapi agar barang terkesan murah. Pada rak lainnya memiliki banyak perbedaan pada penataan.



**Gambar 5.** Perbandingan Rak H Sebelum dan Sesudah Implementasi

Gambar 5 menunjukkan hasil perbandingan Rak H Sebelum dengan Sesudah implementasi. Sebelum implementasi, Rak H menunjukkan banyaknya ketidak-rapian yang disebabkan pengelompokan yang tidak teratur seperti adanya mentega, sampo, obat nyamuk, obat, dan kopi yang ditempatkan bersamaan. Sesudah implementasi, Rak H sudah banyak perubahan dengan dikelompokkan dalam kategori masing-masing dalam planogram horizontal.

## KESIMPULAN

Ritel X adalah sebuah ritel yang bergerak dalam bidang sembako. Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu mengidentifikasi strategi peletakan barang pada Ritel X dengan harapan terjadinya peningkatan penjualan dan meningkatkan kebiasaan yang baik bagi karyawan. Hasil implementasi penelitian ini berdasarkan konsep 5R dan Planogram.

Implementasi menggunakan konsep 5R dan Planogram yang digunakan untuk mempermudah Ritel X untuk menentukan lokasi barang dan meningkatkan budaya karyawan. Pada tahap pertama adalah Analisa SWOT sebagai dasar pembuatan konsep 5R dan Planogram, Setelah itu membuat kategori dan membagi dalam *fast and slow moving* dengan dilanjutkan dengan membuat *layout* beserta alasan peletakan barang. Pada tahap selanjutnya dilakukan implementasi serta *monitoring* untuk mengetahui kekurangan-kekurangan yang terjadi pada Ritel X.

Implementasi memiliki data pembandingan sebesar 475 dari rata-rata permintaan per minggu tahun 2017 dengan rata-rata permintaan 4 minggu 2018 pada saat implementasi. Data menunjukkan 200 jenis barang mengalami rata-rata peningkatan 62 barang. Penurunan tingkat penjualan pada 275 jenis item ini diduga karena data yang tersedia saat implementasi hanya satu

bulan (bulan puasa). Kategori obat-obatan dan rokok mengalami rata-rata peningkatan terkecil dari semua kategori, yang diduga karena kebutuhan konsumen dalam bulan puasa cenderung pada kebutuhan akan bahan makanan.

### Daftar Pustaka

1. Hobbs, D. p. (2004). Lean manufacturing implementation. j.ross.
2. Leolita, L. (2012). Perancangan layout toko dan planogram pada rak 16 di unit swalayan koperasi wanita.
3. Osada, t. (1995). sikap kerja: 5S. jakarta: PT pustaka binaman pressindo.