

# **LAPORAN OBSERVASI PENATAAN PRODUK**

## **MATA KULIAH: MANAJEMEN PENATAAN PRODUK**

**Dosen Pengampu : Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E.,M.Pd**

### **BAB I – IKHTISAR**

(Berisi mengenai objek produk, waktu observasi, anggota observasi, ringkasan hasil observasi)

### **BAB II – IDE PRODUK**

- A. Ide Produk**
- B. Karakteristik Produk**
- C. Spesifikasi Produk**

### **BAB III – SEGMENT PASAR**

- A. B2C / B2B**  
(B2C = to Consumer (dijual utk konsumen), B2B= to Business (dijual utk memenuhi permintaan unit bisnis))
- B. Demographics (Khusus B2C)**  
(Usia, jenis kelamin dan Pendapatan)
- C. Psychographics (Khusus B2C)**  
(Nilai, gaya hidup, ketertarikan, perilaku)
- D. Firmographics (Khusus B2B)**  
(Industri, lokasi, ukuran industri, dan struktur bisnisnya)
- E. Geographical segmentation**  
(Dimana mayoritas konsumennya? Kota, Desa, and yang lain?)
- F. Cultural segmentation**  
(adakah spesifikasi khusus dari kelompok/etnis yang menggunakan produk tersebut?)

### **BAB IV – RISET PASAR, BRANDING & PACKAGING**

- A. Identifikasi produk Kompetitor yang serupa**
  - 1. External performance (Kinerja Eksternal)**  
(Apakah penjualan produk kompetitor meingkat/berkurang ? Bagaimana profitnya ?  
Berapa yang bekerja di perusahaan produk kompetitor (estimasi saja)?)
  - 2. Funding and spending (Pendanaan dan pengeluaran)**  
(Apakah kompetitor menghabiskan uang lebih banyak / sebaliknya untuk penjualan, pemasaran ?)

### **3. Management**

(Apakah manajemen kompetitor memiliki kemampuan lebih (dalam hal pengelolaan produk)?)

### **4. Attitude**

(Apakah kompetitor agresif ? Apakah cenderung berani risiko? atau menghindarinya)

## **B. Marketing and distribution**

### **1. Marketing**

(Apa merek produk pesaing anda ? Apakah pasar percaya pada merek pesaing ? bagaimana posisi dari tingkat produk pesaing ? )

### **2. Distribution channels**

(Seperti apa saluran distribusi produk pesaing ? Apakah langsung? atau ada distributor? )

### **3. Market share**

(bagaimana pangsa pasar produk anda ? Seperti apa pangsa pasar pesaing?)

## **C. Sustainable Branding**

1. Apakah Brand produk anda mudah dipahami oleh konsumen?

2. Apakah memiliki CSR ?

3. Apakah Brand memiliki inovasi ?

4. Apakah didalamnya mengandung makna / motivasi ?

5. Apakah Brand produk anda mudah dikomunikasikan ?

## **D. Sustainable Packaging**

1. apakah kemasan produk anda aman bagi individu / masyarakat ?

2. Apakah kemasan memiliki nilai produksi rendah ? (murah)

3. Apakah bahan, pengiriman , pengolahan kemasan menggunakan sumber daya yang dapat diperbaharui ?

4. Apakah kemasan didesain hemat bahan baku dan energi ?

5. Apakah mampu melindungi dari semua kontaminasi ?

6. Apakah kemasan terjamin kebersihannya ?

## **BAB V – STRATEGI PENATAAN PRODUK (Berikan dokumentasi Foto)**

### **A. Sight (penglihatan) Visual**

(secara visual produk harus dapat dilihat tentunya dengan dukungan seperti warna yang menarik secara psikologis, pencahayaan, simetris(ukuran), kontras yang mengarahkan konsumen utk melihat dan membeli)

### **B. Sound (suara)**

(Pada poin ini ada di sebagian besar produk alat musik, kaset CD, Radio, DVD, TV , Sound System, pasti akan menampilkan atau memamerkan suara yg kencang. Kemudian di Mall diputar beberapa musik (slow) yg membuat konsumen secara psikologis berjalan lambat dan menikmati melihat" berbagai produk yg ada)

**C. Touch (sentuhan)**

(Hampir semua produk yg akan dibeli konsumen pasti ingin di pegang, dengan indera sentuhan karena sudah naluri dan ingin merasakan apa betul sesuai dengan yg di promosikan)

**D. Smell (bau)**

(Menjadi salah satu indera tercepat dalam manusia yang dapat mempengaruhi emosi dan ingatan, contoh produk Roti pasti hampir semua toko roti / gerai makanan akan memamerkan aroma yg menarik konsumen utk mencoba, Contoh lain Parfum)

**E. Taste**

(Hampir ada di semua produk konsumsi konsumen akan membandingkan rasa dari setiap produk)

**BAB VI – LABELLING (Sertakan Foto produk dari setiap poin)**

**A. Colors**

(pemilihan warna pada label produk, warna memiliki pengaruh sangat penting karena dpt mempengaruhi konsumen untuk langsung menentukan memilih produk tsb)

**B. Fonts**

(apakah produk anda sudah menggunakan karakter font yang tepat ? atau custom fonts)

**C. Product / Company Name**

(poin ini wajib ada agar konsumen mudah menemukan produk yg dicari serta berasal darimana produk tersebut, sekaligus konsumen juga mudah untuk mengidentifikasinya)

**D. Label Material**

(bahan yang digunakan tentunya harus AMAN, kemudian sesuai dengan kemasan yang digunakan, dan MUDAH terbaca oleh konsumen)

**E. Graphics / Images**

(label harus memiliki gambar (berupa corak/desain) yang sesuai dengan karakteristik produknya)

**F. Label Size**

(label harus memiliki ukuran yg tepat sesuai dengan kemasan, apakah hanya di depan kemasan saja ? atau double depan dan belakang)

**G. Label Shape**

(Label juga harus memiliki bentuk khas dari ciri produk)

**H. Barcode**

**I. Contact Information**

(Terkait dengan apa saja komposisi produk, kemudian kontak center layanan pelanggan, kapan diproduksi, dan tanggal kadaluwarsa)

**RINGKASAN**

(Berikan ringkasan dari hasil pelaporan penataan produk maksimal 2 Paragraf)

**REKOMENDASI (DIKERJAKAN INDIVIDU)**

(Berikan rekomendasi dari hasil observasi dan pelaporan terhadap dari penataan produk yang sudah diamati minimal 1 halaman)

**LAMPIRAN LAMPIRAN**

(Lampirkan dokumen/bukti yang dianggap perlu)