

## **Manajemen Tata Kelola Stok Barang dan Display Produk untuk Meningkatkan Visual Merchandising**

**Nurhayati<sup>1</sup>, Anas Khair Prikurnia<sup>2</sup>, Addini Aliran Anwari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Admin Bisnis, Universitas Indonesia Mandiri

hayatinurirwina09@gmail.com<sup>1</sup>, anasprikurnia@gmail.com<sup>2</sup>,

addinialfia@gmail.com<sup>3</sup>

### **ABSTRACT.**

*This report presents the results of a fieldwork internship focused on optimizing operations at By. Diara. The primary issue underlying this activity is the importance of balancing stock availability in the warehouse with the effectiveness of displays in the sales area to attract consumer interest. The objective of this internship is to implement a systematic stock management system and design a product display strategy that aligns with visual merchandising principles. Data collection methods included participant observation, interviews with field supervisors, and hands-in practice in inventory management and display arrangement. Stock management was conducted through product categorization based on Stock Keeping Units (SKU) and regular monitoring of incoming and outgoing goods. Visual merchandising enhancements were implemented through mannequin arrangement, lighting, and product color grouping to create a comfortable shopping flow. The results of this activity demonstrated that efficient inventory management can expedite the process of fulfilling customer needs and reduce the risk of stockpiling outdated merchandise. Furthermore, thematically updating product displays has been shown to enhance the boutique's visual appeal and make it easier for customers to find the products they desire. Overall, the integration of efficient inventory management and attractive visual merchandising is a key factor in enhancing By.Diara's professional image and sales performance.*

**Keywords:** *Stock Management, Product Display, Visual Merchandising, Boutique Operations*

### **ABSTRAK.**

Laporan ini menyajikan hasil praktik kerja lapangan yang difokuskan pada optimalisasi operasional di By.Diara. Masalah utama yang mendasari kegiatan ini adalah pentingnya keseimbangan antara ketersediaan stok di gudang dengan efektivitas tampilan di area penjualan untuk menarik minat beli konsumen. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk menerapkan sistem tata kelola stok yang sistematis serta merancang strategi display produk yang sesuai dengan prinsip visual merchandising. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, wawancara dengan pembimbing lapangan, serta praktik langsung dalam manajemen inventaris dan penataan etalase. Proses tata kelola stok dilakukan melalui kategorisasi produk berbasis SKU (*Stock Keeping Unit*) dan pemantauan arus barang masuk-keluar secara berkala. Sementara itu, peningkatan visual merchandising diimplementasikan melalui penataan mannequin, pencahayaan, dan pengelompokan warna produk (*color grouping*) untuk menciptakan alur belanja yang nyaman. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa manajemen stok yang rapi dapat mempercepat proses pemenuhan kebutuhan pelanggan dan mengurangi risiko penumpukan barang lama. Selain itu, pembaruan display produk secara tematik terbukti mampu meningkatkan daya tarik visual butik dan mempermudah pelanggan dalam menemukan

produk yang diinginkan. Secara keseluruhan, integrasi antara pengelolaan stok yang efisien dan visual merchandising yang menarik merupakan faktor kunci dalam meningkatkan citra profesionalisme dan performa penjualan di By.Diara.

**Kata kunci:** Tata Kelola Stok, Display Produk, Visual Merchandising, Operasional Butik

## **PENDAHULUAN**

Konsep Butik pertama kali muncul dalam Bahasa Prancis pada tahun 1242. Butik ini berasal dari Bahasa *Provençal* kuno, dengan istilah *botiga*. Istilah ini berasal dari Bahasa Yunani *apotheke* yang berarti tempat penyimpanan. *Apotheke* secara harfiah berarti, tempat untuk menyimpan segalanya. *Apo* yang merupakan *prefixawalan* untuk dan *tithenai* berarti menempatkan. Berbeda dengan sinonimnya yaitu *magasin*, yang masih digunakan dalam Bahasa Prancis untuk mendefinisikan toko (Sinulingga, Rini G. 2015).

Pada awalnya pakaian hanya berfungsi untuk melindungi dan menutupi tubuh. Namun, Elpalina et al. (2023) menyebutkan bahwa pakaian sekarang memiliki fungsi yang lebih kompleks, yakni estetika, sosial dan *utilitarian*. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai sarana untuk mengkomunikasikan identitas sosial dan budaya seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam produksi pakaian, tidak hanya aspek fungsional yang perlu diperhatikan, tetapi juga aspek estetika dan simbolisme budaya.

Industri pakaian semakin berkembang dengan munculnya butik sebagai salah satu model usaha dibidang *fashion*. Butik adalah tempat yang menawarkan pakaian dan aksesoris dengan design unik dan berkualitas tinggi. Chaelene Davis (2012) menjelaskan bahwa butik adalah toko kecil yang menjual barang dagangan yang khas dan tidak biasa, yang umumnya tidak ditemukan di departement store. Produk butik biasanya diproduksi dalam jumlah terbatas dan memiliki kualitas yang tinggi, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan eksklusif.

Ciri khas butik terletak pada design produknya yang terbatas dan tidak di produksi secara massal. Rulanti Satyodirgo (1979) menambahkan bahwa butik adalah usaha yang menawarkan produk pakaian dengan model khusus dan jahitan berkualitas tinggi, yang tidak di produksi secara massal dan sering kali memiliki design yang eksklusif. Lisdarti dan Hidayat (2022) juga mengungkapkan bahwa butik merupakan toko pakaian yang menawarkan koleksi pada pakaian eksklusif yang berbeda dari produk yang ada di pasaran. Dengan demikian, butik menjadi pilihan bagi konsumen yang menginginkan pakaian dengan design yang unik dan kualitas tinggi.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Manajemen Stok**

Manajemen stok barang adalah proses menjaga keseimbangan antara pasokan dan permintaan agar bisnis dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Proses ini memastikan barang di gudang tersedia dalam jumlah yang tepat tanpa kelebihan atau kekurangan. Tujuan dari manajemen stok barang adalah memastikan bisnis

selalu memiliki jumlah barang yang cukup agar dapat memenuhi permintaan pelanggan. Dengan begitu, tidak ada kelebihan stok mengakibatkan penambahan biaya atau stok kurang yang berdampak pada kehilangan peluang penjualan.

Menurut Folio (2025), bagi pembisnis baru, melakukan manajemen stok barang bisa menjadi hal yang kompleks agar lebih mudah dengan cara mengelompokkan dan mencatat barang dengan tepat berdasarkan kriteria dan karakteristik tertentu seperti jenis, ukuran maupun kode untuk memudahkan pencatatan dan pelacakan, menggunakan barcode barang agar dapat merekam barang masuk dan keluar dengan cepat dan akurat serta membantu stock opname dan memperkirakan kebutuhan barang, menerapkan sistem FIFO dan LIFO sebagai metode yang sering digunakan dalam manajemen stok barang untuk mengelola urutan penjualan di mana FIFO berarti barang yang masuk lebih awal akan dijual lebih awal sedangkan LIFO berarti barang yang terakhir masuk justru dijual lebih dahulu, melakukan stock opname secara rutin sebagai kegiatan pengecekan fisik dan mencocokkannya dengan data dalam manajemen stok, menentukan safety stock sebagai metode yang membantu bisnis terhindar dari produk kurang yang berakibat pada terganggunya proses penjualan serta berfungsi sebagai pasokan cadangan untuk memastikan operasional bisnis lancar meski terdapat fluktuasi permintaan atau gangguan pada rantai pasokan, serta menggunakan sistem inventory barang dengan memanfaatkan sistem inventory untuk membantu dalam mengelola stok barang terutama untuk barang dengan volume besar sehingga tidak perlu lagi menggunakan excel karena perangkat lunak ini membantu dalam pelacakan stok secara otomatis termasuk pemesanan barang baru, menghitung stok cadangan dan pelaporan stok secara langsung.

## **Display Produk**

Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI arti kata produk Adalah barang atau jasa yang di buat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu titik arti lainnya dari produk Adalah benda atau yang bersifat kebendaan seperti barang, bahan atau bangunan yang merupakan hasil konstruksi.

Adalah suatu cara pemajangan produk dan penataan produk yang diterapkan oleh permasalahan dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan agar terlihat dan membeli produk yang di tawarkan. Sedangkan pengertian display menurut para ahli sebagai berikut:

1. **Kotler dan Keller (2016)**: Display adalah tata letak visual barang dagangan yang menarik perhatian konsumen.
2. **Terence A. Shimp (2003)**: Display adalah teknik visual merchandising yang dirancang untuk meningkatkan penjualan dengan mengekspos produk ditoko.
3. **Joe Marconi (2003)**: Display adalah teknik promosi penjualan yang menghasilkan pengaruh tertentu pada konsumen melalui penggunaan elemen visual.

4. **Gilbert J. Cote (2000)**: Display adalah cara efektif untuk mengekspos produk dan mendorong konsumen untuk membeli.
5. **Allan D. Shipp (1996)**: Display adalah komponen dari tata letak toko yang dirancang untuk mengekspos dan menampilkan produk.

## **Visual Merchandising**

Visual Merchandising adalah istilah yang digunakan dalam manajemen produk, yang sangat memperhatikan penampilan produk ditoko untuk mendapatkan keuntungan terbaik. Visual Merchandising adalah tampilan fisik dan komunikasi suatu merek atau retail, melalui upaya kreatif dan tampilan merchandise di etalase baik online maupun offline.

Menurut (Mehta, N.P.,& Chugan,P.K, 2014), menyebutkan “Visual Merchandising merupakan cara menyampaikan sebuah produk secara efektif yang dimiliki oleh produsen toko sehingga dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen”.

Manfaat visual merchandising:

1. Mencerminkan merk Butik: tampilan visual yang baik selaras dengan merk perusahaan secara keseluruhan.
2. Menarik Perhatian Pembeli: hal ini mendorong orang untuk masuk ke toko dan dapat membantu pelanggan menemukan produk yang tepat untuk kebutuhan mereka.
3. Meningkatkan Penjualan: visual merchandising dapat meningkatkan penjualan dengan mengarahkan orang ke produk yang mereka inginkan atau butuhkan.

## **Manajemen Stok Barang**

Arti stok atau persediaan barang adalah barang-barang yang disimpan perusahaan untuk nantinya dijual di periode yang akan datang. Menurut KBBI, stok sendiri merupakan persediaan barang yang berfungsi sebagai perbekalan atau barang dagang. Kemudian menurut Warren (2005), stok yaitu “penyimpanan barang dagang yang akan dijual untuk operasi bisnis perusahaan, atau bahan yang akan digunakan dalam proses produksi”.

Manfaat manajemen stok barang meliputi mengurangi biaya dengan meminimalisir biaya penyimpanan dan risiko barang rusak atau kedaluwarsa, serta kontrol dan visibilitas di mana pemantauan dan kontrol dapat dilakukan lebih mudah karena pergerakan data stok dapat dicek secara real time dan jelas. Selain itu, terdapat risiko jika manajemen stok barang tidak optimal, yaitu overstocking di mana stok berlebihan dapat terjadi ketika pengelolaan stok yang dijalankan tidak optimal sehingga menyebabkan pemborosan biaya penyimpanan dan risiko kedaluwarsa, stock out yaitu kehabisan stok yang akan mengganggu operasional produksi dan penjualan serta berdampak menurunkan kepuasan pelanggan, pemborosan waktu karena pengelolaan inventory berjalan namun dilakukan tidak teratur sehingga waktu terbuang akibat pencatatan arus pergerakan stok yang tidak teratur, serta

kehilangan penjualan di mana kehabisan stok yang disebabkan oleh inventory management yang salah membuat peluang pendapatan hilang karena barang tidak tersedia saat dibutuhkan. Metode umum stok barang meliputi Economic Order Quantity (EOQ) yaitu metode yang menggunakan formula untuk menentukan jumlah pembelian ideal yang perlu dilakukan sebuah perusahaan, Minimum Order Quantity (MOQ) yaitu jumlah terkecil yang biasa dijual supplier pada perusahaan yang membutuhkan suatu unit barang, Just-in-time (JIT) yaitu metode yang mengatur pemesanan bahan baku dari supplier sesuai dengan jadwal produksi, First In, First Out (FIFO) dan Last In, First Out (LIFO) sebagai metode dalam inventory control untuk mengetahui biaya penyimpanan, serta Safety Stock Inventory di mana perusahaan harus memesan bahan baku atau barang dengan jumlah yang lebih banyak dari permintaan yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini disusun berdasarkan penelitian pendekatan deskriptif kualitatif berbasis pengalaman Praktik Kerja Lapangan, yakni sebuah riset yang disampaikan dalam bentuk pengolaborasian data secara aktual, kronologi dan komprehensif ilmiah dalam proses perumusan masalah, pengidentifikasikan, pengumpulan data hingga proses analisisnya dan merumuskan pembahasan dan Kesimpulan di akhir. Riset kualitatif menjadi pilihan yang terukur, mengingat kajian yang di angkat berkenaan dengan Upaya gemblang tentang seluk-beluk manajemen perbutikan di Butik By.Diara jl. Mustika Jaya No. 40, Mustika Jaya, kec. Mustika Jaya, Kota Bks, Jawa Barat 17158. Dimana penelitian akan mengungkap bagaimana realita dan kinerja jalannya manajemen butik.

Riset ini dikumpulkan dengan metode pengumpulan data observasi serta riset kepustakaan. Dimana penulis langsung melakukan serangkaian pengamatan, wawancara ke narasumber nya yaitu costumer Butik By.Diara. penelitian ini merupakan studi kelayakan bisnis yang mengkaji berbagai aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha butik baju. Hasil penelitian ini di harapkan memberikan informasi tentang prospek dan potensi pengembangan bisnis butik. Data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa Teknik sebagai berikut:

1. Observasi : dilakukan observasi langsung pada aktivitas operasional butik untuk memperoleh data terkait tata letak butik, interaksi karyawan dengan konsumen.
2. Wawancara : wawancara semi struktur dilakukan dengan pemilik dan karyawan butik untuk mendapatkan informasi terkait spek manajemen, pemasaran dan operasional.
3. Dokumentasi : mengumpulkan dokumen pendukung seperti pengambilan foto produk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, sangat jelas bahwa penerapan system pencatatan Stock Keeping Unit (SKU) untuk Stok barang

menjadi lebih efisien dan membawa transformasi signifikan terhadap efisiensi operasional kepada Butik. Implementasi system yang terstruktur ini tidak hanya sekedar mendata barang, namun menjadi fondasi utama dalam menciptakan manajemen stok yang lebih teratur. Dengan adanya klasifikasi yang jelas bagi setiap barang, tim operasional dapat bekerja dengan ritme yang lebih cepat karena ketidakpastian dalam pencarian Lokasi barang dapat di eliminasi sepenuhnya.

Transparasi data ini memungkinkan pengambilan Keputusan yang persisi, terutama dalam menentukan kapan sebuah produk harus di pesan ulang (*re-ordering*) guna menghindari kekosongan stok yang beresiko mengurangi potensi pendapatan. Lebih jauh lagi, efisiensi ini berdampak langsung pada kualitas pelayanan pelanggan; barang dapat dikirimkan dengan lebih cepat dan akurat karena proses *picking* dan *packing* di gudang menjadi lebih tertata.

## **Pembahasan**

Dalam aspek pembahasan, ditemukan korelasi yang sangat kuat antara manajemen tata kelola stok dengan visual merchandising. Manajemen stok yang efektif berperan sebagai pendukung utama dibalik layer yang memastikan ketersediaan produk di area penjualan selalu terjaga. Tanpa stok yang sehat, strategi display produk secanggih apapun akan kehilangan maknanya. Sebaliknya, dengan pengelolaan yang baik, kualitas dan kuantitas barang tetap terjaga karena penyimpanan dilakukan dalam kondisi optimal, sehingga mencegah kerusakan fisik akibat penumpukan yang tidak sesuai prosedur.

Pemanfaatan display produk yang efektif terbukti menjadi instrument vital dalam menarik perhatian pelanggan dilantai bursa ritel. Display yang menarik, terorganisir dan estetik bukan hanya berfungsi sebagai hiasan, melainkan sebagai alat komunikasi merk yang mampu meningkatkan kesadaran pelanggan (*brand awareness*) sekaligus memicu keinginan untuk membeli. Ketika produk dipajang dengan rapih dan strategis, daya tarik visual Perusahaan akan meningkatkan secara signifikan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi pada Butik By.Diara, maka diperoleh hasil seperti yang telah dibahas sebelumnya sehingga dapat disimpulkan bahwa display produk yang efektif dapat meningkatkan visual merchandising sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan, manajemen stok barang yang baik memastikan produk tersedia dalam jumlah yang tepat sedangkan display produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual toko sehingga dapat meningkatkan pengalaman belanja pelanggan dan meningkatkan kinerja penjualan, serta manajemen tata kelola stok barang memiliki pengaruh signifikan terhadap visual merchandising dengan sistem yang terstruktur sehingga penulis dapat mengetahui secara real-time jumlah stok yang tersedia dan mana yang harus segera dipesan ulang.

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk Butik By.Diara adalah memperluas pemasaran dengan menjalin beberapa kerja sama dengan penjualan lain agar target pasar lebih luas serta meningkatkan kegiatan promosi di berbagai sosial media untuk meningkatkan konsumen, membuat produk dengan berbagai size terutama pada big size sehingga banyak konsumen mendapatkan kepuasan dengan membeli barang yang sesuai dengan ukuran mereka, serta meningkatkan pemasaran secara online seperti membuat web toko.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad Agfi Kurniawan. (n.d.). Analisis Visual Merchandising, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Produk Sepatu Vans (Studi pada konsumen di Kota Surabaya). Diakses dari <http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/265/21/Jurnal%20-%20ACHMAD%20AGFI%20KURNIAWAN%20-%2018110001.pdf>
- Ecount. (n.d.). Apa itu inventory management system. Diakses dari <https://www.ecount.com/id/ecount/trial/apa-itu-inventory-management>
- Elpalina, S., Agustina, A., Aziz, A., & Syukri, A. (2023). Bentuk pakaian adat penghulu di Batipuah Baruah Tanah Datar.
- Foliopos. (n.d.). Manajemen stok barang: manfaat dan cara mengelola. Diakses dari <https://www.foliopos.com>
- Glints. (n.d.). Inventory management adalah. Diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/inventory-management-adalah/>
- Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari. (2025). Analisis proses produksi pakaian butik pada CV. Emi Arlin.
- Jubelio. (n.d.). Cara mengelola stok barang di gudang. Diakses dari <https://jubelio.com>
- Kitarak. (2025). Arti display barang, tujuan dan implementasi dalam bisnis retail. Diakses dari <https://kitarack.co.id>
- Mekari Jurnal. (n.d.). Pengertian stok barang persediaan. Diakses dari <https://www.jurnal.id>
- Rajarak. (2023). Pengertian display menurut para ahli. Diakses dari <https://www.rajarak.co.id>
- RMS. (n.d.). What is visual merchandising.
- Sinulingga, R. G. (2015). Budaya kerja pengusaha butik (Studi deskriptif pada pengusaha butik di Sun Plaza Medan).
- Studi Kasus SRC Toserba Bintang. (n.d.). Pengaruh visual merchandising dan kelengkapan produk terhadap impulse buying.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya. (2022). Sistem manajemen pergudangan logistik studi pada PT. Implora Sukses Abadi.
- Universitas Islam Riau. (2021). Analisis studi kelayakan pengembangan bisnis butik MyFashionProject di Pekanbaru.
- Universitas Maritim Raja Ali Haji. (n.d.). Teknik informatika.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 8 No 7 (2026) 3110 - 3117 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i7.12137

Universitas Multi Data Palembang. (2023). Analisis rencana usaha big size clothing boutique di Kota Palembang.

Universitas Negeri Medan. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis butik baju muslimah Sha&Sa.

Universitas Semarang. (n.d.). BAB V Penutup.

Yayasan Pesona Dywantara. (2023). Dokumen pembelajaran.