

## PERANAN MERCHANDISING DALAM ALOKASI PRODUK HASBRO DI PT MITRA ADIPERKASA TBK

Della Angela<sup>1</sup>, Keni Keni<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: della.115190187@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: keni@fe.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) by the Ministry of Education and Culture of the Republic of Indonesia offers a Certified Internship Program. The purpose of MBKM is to improve the competence of graduates, both soft skills and hard skills, to be more prepared and relevant to the needs of the times, preparing graduates as future leaders of the nation. In facing the development of the world of work, it is necessary for students to have superior soft skills and cognitive skills. To prepare students for the world of work, practical learning that can be done is an internship. One of the partner companies in the MBKM program is PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP). MAP is a lifestyle retailer in Indonesia with more than 2,600 outlets. MAP needs product management from the process of purchasing to allocating products to its stores, department stores, and online stores. This PKM is carried out to determine the role of Merchandising in the allocation of Hasbro products in all outlets of MAP. The method of measuring the result is through observation, semi-structured interviews, and documentation. It can be concluded that the role of Merchandising is important in realizing product allocation. The routine allocation and grouping system are useful for keeping the availability of goods at the time and place needed by consumers, displays, and increasing the variety of products.*

**Keywords:** Internship, Retail, Merchandising, Allocation

### ABSTRAK

Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) oleh Kemendikbudristek RI menawarkan Program Magang Bersertifikat. Tujuan MBKM adalah untuk meningkatkan kompetensi lulusan, baik *soft skills* maupun *hard skills*, agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian. Dalam menghadapi perkembangan dunia kerja diperlukan kemampuan *soft skills* dan *cognitive skills* yang unggul sedari dini. Untuk menyiapkan sumber daya yang unggul melalui dunia pendidikan, salah satu bentuk pembelajaran praktik yang dapat dilakukan adalah magang. Salah satu perusahaan yang ikut serta menjadi mitra dalam program MBKM adalah PT Mitra Adiperkasa Tbk. PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) merupakan peritel gaya hidup *high-end* di Indonesia dengan lebih dari 2.600 gerai ritel. MAP membutuhkan manajemen produk yang baik mulai dari proses pembelian produk dari penyuplai hingga pengalokasian produk ke toko, *department stores* dan *online stores* miliknya. PKM ini dilakukan untuk mengetahui peranan *merchandising* dalam mewujudkan alokasi produk Hasbro di seluruh gerai ritel PT Mitra Adiperkasa Tbk. Metode pengukuran hasil kegiatan dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, serta dokumentasi. Dari hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa peranan *merchandising* penting dalam mewujudkan alokasi produk. Sistem alokasi rutin dan *grouping* bermanfaat untuk mewujudkan ketersediaan barang pada waktu dan tempat yang dibutuhkan konsumen, memperindah *display*, dan memperbanyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.

**Kata Kunci:** Magang, Ritel, Merchandising, Alokasi

## 1. PENDAHULUAN

Kemampuan *soft skills* dan *cognitive skills* semakin berperan penting dalam menghadapi perubahan dunia kerja yang terus berkembang, sehingga World Economic Forum (2020) menyarankan penyesuaian terhadap bidang pendidikan dalam rangka memberikan kesempatan kepada pelajar untuk mengasah keterampilan yang kompatibel dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satu metode pembelajaran praktik yang dapat dilakukan adalah magang. Magang merupakan sarana bagi pelajar untuk menambah ilmu dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki dengan menerapkannya ke dunia kerja (Indrakusuma, 2016).

Kegiatan PKM ini dilakukan pada saat penulis sedang mengikuti magang di PT Mitra Adiperkasa Tbk yang merupakan peritel gaya hidup *high-end* di Indonesia dengan lebih dari 2.600 gerai ritel. Selain bidang usaha ritel, MAP juga merupakan distributor untuk merek-merek *sports, kids* dan *lifestyle*. Salah satu merek yang dipegang oleh MAP adalah Hasbro. MAP menjadi distributor sekaligus pengecer mainan anak-anak dengan lisensi Hasbro di Indonesia. MAP memiliki visi menjadi pemimpin *omni-channel retail* di Indonesia. Untuk mewujudkan penjualan barang di seluruh *channel* penjualan, MAP membutuhkan manajemen yang baik, mulai dari proses pembelian produk sampai pengalokasian produk di toko, *department stores* dan *online stores*. Oleh sebab itu, dibutuhkan peran *merchandising* yang bertanggung jawab melakukan alokasi produk dengan baik melalui kolaborasi dengan pemasok, toko, dan produsen, serta memastikan tingkat persediaan perusahaan berjumlah optimal (Brimblecombe et al, 2020).

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 7 Februari sampai dengan 7 Juli 2022 setiap hari Senin sampai Jumat mulai pukul 8.30 WIB sampai dengan 17.30 WIB secara *hybrid*, yaitu kegiatan dapat dilakukan secara daring ataupun secara luring di kantor PT Mitra Adiperkasa Tbk yang berlokasi di Gedung Sahid Sudirman Center, Jl. Jend. Sudirman Kav. 86, Jakarta, Indonesia.

Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan alokasi produk di toko dan bazaar untuk menjaga ketersediaan produk di Kidz Station, SOGO Department Store, Toys City, dan *e-commerce* secara rutin melalui kerja sama dengan tim *marketing* dan *e-commerce* untuk mewujudkan ketersediaan produk Hasbro di berbagai *channel* penjualan. Jadwal kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1**

*Jadwal kegiatan PKM*

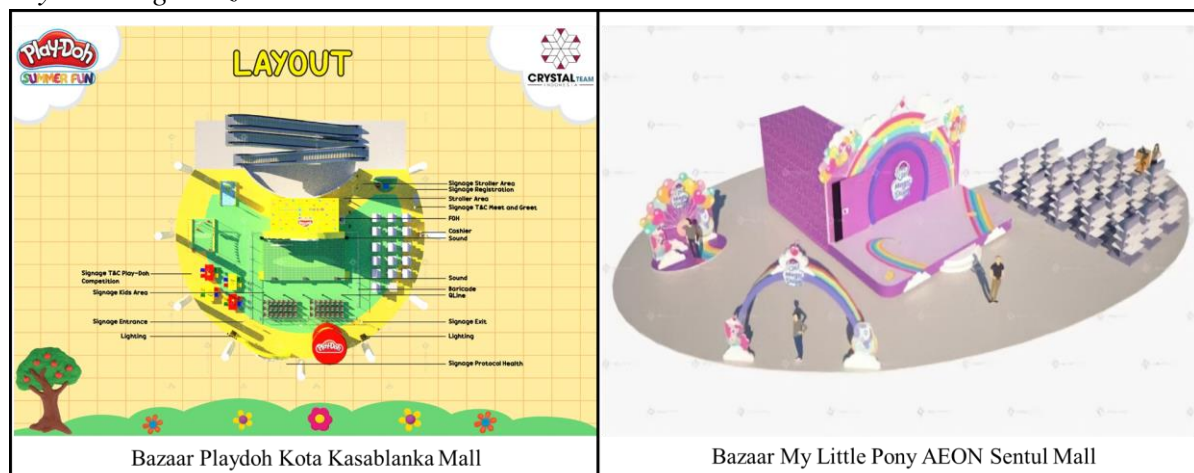
Waktu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
08.30 – 11.59	<i>Compile request order</i> dari toko.	Membuat rencana alokasi produk ke toko.	Mengirimkan rencana alokasi ke <i>allocator</i> untuk ditindaklanjuti.	Membuat rencana alokasi bazaar.	Membantu tim <i>e-commerce</i> melengkapi konten produk.
12.00 – 13.00	Istirahat	Istirahat	Istirahat	Istirahat	Istirahat
13.00 – 17.30	Cek <i>request</i> sesuai dengan ketersediaan produk.	Membuat rencana alokasi produk ke toko.	Membantu tim <i>marketing</i> memilih <i>catalogue promotion</i> dan POP UP.	Membuat rencana alokasi bazaar.	Melakukan <i>price and promotion check</i> .

*Request order* alokasi toko Kidz Station dan *department stores* akan digabungkan menjadi rencana alokasi yang setiap hari Rabu akan dikirimkan ke *allocator team* untuk diproses dalam bentuk *template* Microsoft Excel pada Gambar 2 dengan keterangan kode toko tujuan, kode artikel produk, dan kuantitas yang akan dialokasi. Sementara untuk alokasi *bazaar*, akan dialokasikan sesuai dengan jumlah rak pada *layout design* seperti pada Gambar 3 dengan mempertimbangkan jenis *bazaar* dan target penjualan.

**Gambar 1**  
*Template rencana alokasi*

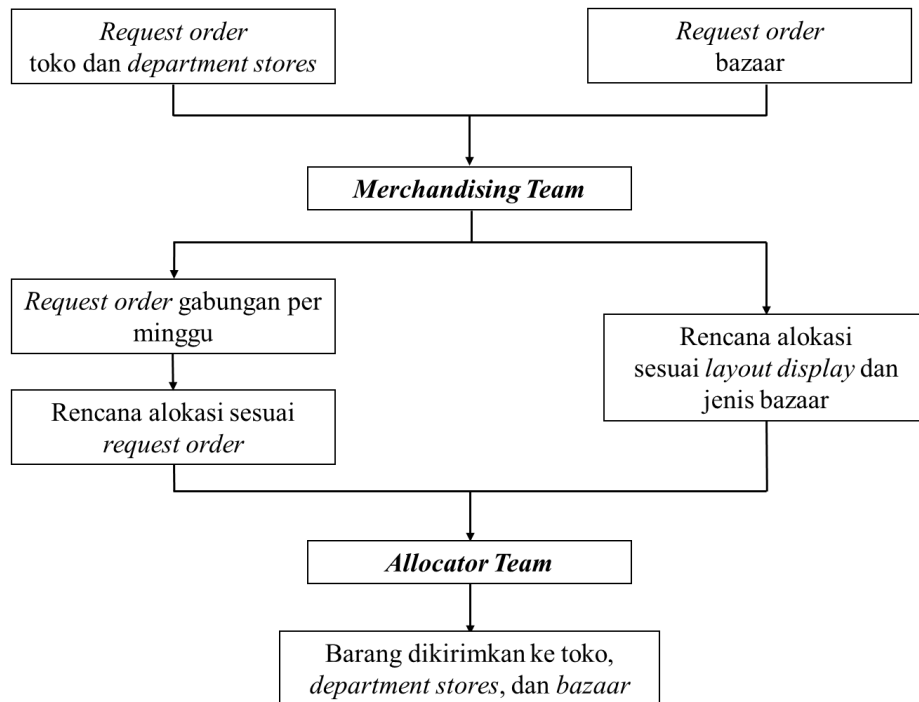
GENARTICLE	ARTICLEDESC	BC5Y	KSB9	KSM1	KSA5	KSJ4	KS56	KSG3	KSL4	TOTAL
AVSE7333	AVS20 SPD TITAN SPIDER MAN				24		24			48
BYAE6944	BYA20 BA MAGICAL MIXER BABY BRN HAIR	6		6		6	6			18
BYAE7176	BYA20 BA LTLS CARRY N GO GIRLBLDCRLHAIR	6		6		6			6	18
BYAE8199	BYA20 BA BABY GROWS UP HAPPY					6	6		6	18
BYAE8721	BYA20 BA SPLASH N SNUGGLE BABY BLD HAIR	6		6		6	12		6	30
BYAF1272	BYA21 BA SWEET BALLERINA BABY BLDH PINK							6	6	12
BYAF1681	BYA21 BA SUNSHINE SNACKS BRN HAIR					6				6
DPHF1555	DPH22 DPR FD UPC OCEAN LIGHTS ARIEL		6	6	6					18
DPHF3391	DPH22 DPR ROCKIN RAPUNZEL			6						6
DPHF3523	DPH22 FRZ 2 SHIMMER QUEEN ELSA			6		6	6			18
DPHF3524	DPH22 FRZ 2 SHIMMER QUEEN ANNA			6	6	6	6			24
FRRF8945	FRR20 FRR POOPALOTS BIG WAGS DOG			12			12	12	12	48
FRRF1544	FRR21 FRR GLAMALOTS						6		12	18
FRRF1998	FRR21 FRR WALKALOTS BIGWAGS CAT 2 0	12		12	6	6			6	30
GSSB6677	0816 MONOPOLY ULTIMATE BANKING	6			6	6		6	12	30
GSSC1009	0917 MONOPOLY CLASSIC				6			12	12	30
GSSF0800	GSS22 GAME OF LIFE CLASSIC				6				12	18
GSSF2839	GSS21 TIGER ELECTRONICS SPIDER MAN	12				6		6	12	24
HENE9787	HEN22 GHB 12IN FIGURE STANTZ	12							6	6
HENE9788	HEN22 GHB 12IN FIGURE VENKMAN								24	24
HENF0126	HEN22 GIJ FEATURE MASK	24							24	24
HPRF3950	HPR22 PRG DF MORPHER	24							24	24
MLPF1794	MLP21 MLP MOVIE HAIR PLAY FUN	24					12			12
MLPF1796	MLP21 MLP MOVIE SINGING PONY	24		6					6	12

**Gambar 2**  
*Layout design bazaar*

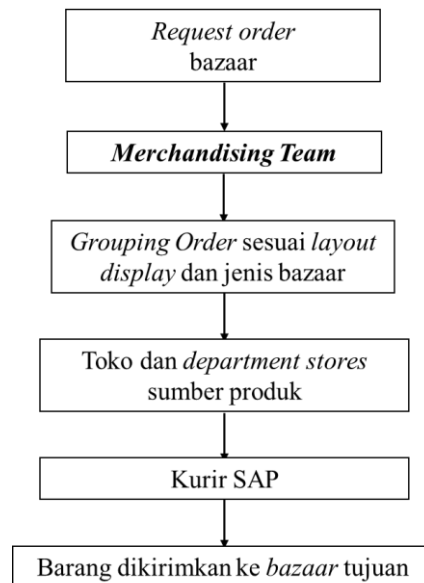


Sementara itu, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara. Penulis melakukan observasi dengan mengamati secara langsung ke toko dan *department stores* yang dialokasi, menerapkan wawancara semi terstruktur bersama PIC (*Person in Charge*) toko dan bazaar, serta melakukan dokumentasi dengan mencatat, merekap hasil pekerjaan, mengumpulkan foto *display* dari PIC toko Kidz Station, dan mengumpulkan foto *display* hasil alokasi di bazaar.

**Gambar 3**  
*Bagan Tahapan Alokasi Rutin*



**Gambar 4**  
*Bagan Tahapan Grouping*



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan alokasi rutin ke toko Kidz Station setiap hari Rabu dapat dilihat dari beberapa komparasi foto *display* yang diperoleh dari PIC toko saat sebelum dan sesudah alokasi rutin seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4, 5, dan 6.

**Gambar 5**  
*Display Transformers Kidz Station SOGO Deli Park*





**Gambar 6**  
*Display Power Rangers Kidz Station SOGO Sun Plaza Medan*



**Gambar 7**  
*Display Furreal Kidz Station Cilegon Center Mall*



Gambar 4, 5, dan 6 menunjukkan bahwa *display* toko menjadi lebih lengkap dengan variasi produk yang mengimplikasikan bahwa alokasi rutin ke toko berhasil mewujudkan ketersediaan stok dan inventaris toko yang baik.

Selain alokasi rutin ke toko, alokasi juga dilakukan ke bazaar dengan mengamati *layout design* dan memperkirakan kuantitas yang diperlukan berdasarkan ketersediaan *fixture* dan target penjualan. Gambar 7 dan 8 menunjukkan hasil alokasi bazaar.

**Gambar 8**

*Alokasi Bazaar Playdoh di Kota Kasablanka Mall*



**Gambar 9**

*Alokasi Bazaar My Little Pony di AEON Mall Sentul*



Hasbro memiliki rangkaian proses alokasi yang dimulai dari PIC toko memberikan *request order* ke tim *merchandising* kemudian dilanjutkan dengan tim *merchandising* memeriksa ketersediaan stok dan membuat rencana alokasi. Rencana alokasi akan disesuaikan dengan *request order* PIC toko dan *grade* toko tersebut. *Grade* toko terdiri dari A+, A, B, dan C. Semakin tinggi *grade* toko, seperti toko A+ dan A, maka produk yang dialokasikan dapat memiliki harga yang lebih bervariasi dengan kuantitas lebih banyak, sedangkan *grade* B atau C akan mendapatkan alokasi produk dengan harga lebih terjangkau dan kuantitas lebih sedikit.

Setelah membuat *allocation request*, tim *merchandising* akan menghubungi *Allocator Distribution Center* untuk memproses *allocation request* tersebut. *Weekly allocation* dilakukan setiap hari Rabu. Tim *Merchandising* juga bertugas merencanakan alokasi produk ke *bazaar*. Rangkaian proses alokasi *bazaar* sama dengan alokasi toko. Kuantitas produk akan disesuaikan dengan jumlah *fixture* (*rak display*) dan gudang yang tersedia. Produk yang akan dialokasikan dapat menyesuaikan tema *bazaar* dan target penjualan. Jika *bazaar* bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, maka produk yang dialokasikan sesuai dengan produk yang ingin diperkenalkan. Jika *bazaar* merupakan *clearance sale*, maka produk yang dialokasikan adalah produk yang harganya sudah *markdown*, *aging*, dan produk dengan *special price* atau mengikuti promosi yang berlaku di *bazaar* tersebut.

Produk yang sudah *aging* di atas 360 hari atau *markdown* di atas 50% memiliki sisa stok yang sedikit di *distribution center* dan tidak cukup memenuhi kebutuhan *bazaar*. Untuk mengatasi kondisi tersebut, dilakukan *grouping*. *Grouping* adalah permintaan re-alokasi produk yang di Kidz Station, SOGO atau Toys City untuk dikirimkan ke *bazaar*. Toko yang dipilih untuk *grouping* merupakan toko yang terdekat dengan *bazaar* supaya proses pengiriman cepat dan biaya pengiriman lebih sedikit. Pada umumnya, alokasi akan dilakukan secepatnya agar produk sudah dapat diterima maksimal 3 hari sebelum *bazaar* berlangsung. Alokasi rutin dan *grouping* bertujuan untuk memastikan bahwa barang dapat tersedia pada waktu dan tempat yang dibutuhkan, memperindah *display*, dan memperbanyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.

Implikasi yang dapat dilihat dan dirasakan langsung berdasarkan hasil alokasi adalah tercapainya ketersediaan produk di toko dan *bazaar* secara tepat waktu. Berdasarkan hasil wawancara semi terstruktur dengan PIC toko dan *bazaar*, PIC toko Kidz Station dan penanggung jawab *bazaar* Hasbro merasa puas dengan alokasi rutin dan *grouping* yang dilakukan karena membantu produk sampai lebih cepat, tepat waktu, kuantitas mencukupi, dan variasi produk menjadi lebih beragam.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

PT Mitra Adiperkasa Tbk sebagai peritel gaya hidup dengan lebih dari 2.600 gerai ritel di Indonesia membutuhkan manajemen yang baik, mulai dari proses pembelian produk dari pemasok hingga pengalokasian produk ke toko, *department stores* dan *online stores*. Dalam mewujudkan *omni-channel retail*, tim *merchandising* berperan penting dalam mewujudkan alokasi dan penjualan produk Hasbro di seluruh channel penjualan PT Mitra Adiperkasa Tbk. Berdasarkan hasil observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi PIC toko dan *bazaar*, dapat disimpulkan bahwa alokasi rutin dan *grouping* bermanfaat untuk memastikan produk Hasbro dapat tersedia pada waktu dan tempat yang dibutuhkan konsumen, memperindah *display*, dan memperbanyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang dilaksanakan, penulis menyarankan alokasi dan *grouping* untuk dilakukan secara rutin dalam rangka mewujudkan ketersediaan produk Hasbro yang tercukupi di seluruh *channel* penjualan dan diharapkan seluruh tim yang bekerja sama dengan tim *merchandising* untuk meningkatkan komunikasi dan berkoordinasi, sehingga pengalokasian produk dapat berjalan tepat waktu dan sesuai kebutuhan.



### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tarumanagara dan Mitra PKM, yaitu PT Mitra Adiperkasa Tbk, atas kesempatan untuk belajar dan ikut serta secara langsung dalam melakukan tanggung jawab dan proyek tim *merchandising* Hasbro.

### **REFERENSI**

- Brimblecombe, J., McMahon, E., Ferguson, M., De Silva, K., Peeters, A., Miles, E., & Mah, C. L. (2020). Effect of restricted retail merchandising of discretionary food and beverages on population diet: a pragmatic randomised controlled trial. *The Lancet Planetary Health*, 4(10), e463-e473.
- Indrakusuma, A. H. (2016). Model Work-Based Learning sebagai Kemitraan untuk Persiapan Lulusan Perguruan Tinggi Memasuki Dunia Kerja. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 1(01).
- World Economic Forum. (2020, January 14). Schools of the future: Defining new models of education for the fourth industrial revolution. In *World Econ. Forum* (pp. 1-33). Diakses dari <https://www.weforum.org/reports/schools-of-the-future-defining-new-models-of-education-for-the-fourth-industrial-revolution>.