

SKRIPSI

EFEKTIVITAS TATA LETAK (LAYOUT) PADA 9K SWALAYAN-PASIR PUTIH KAB. KAMPAR

*Diajukan Guna Melengkapi Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



Oleh :

JOSUA SIAHAAN
NPM : 175210588

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : JOSUA SIAHAAN
NPM : 175210588
JUDUL SKRIPSI : EFEKTIVITAS TATA LETAK (LAYOUT) PADA 9K SWALAYAN - PASIR PUTIH KAB. KAMPAR
PEMBIMBING : SUSIE SURYANI, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu **6% (enam persen)** pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 24 Mei 2021

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Josua Siahaan
Tempat/Tanggal Lahir : Balata, 27 Juni 1999
NPM : 175210588
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Efektivitas Tata Letak (Layout) Pada 9k Swalayan-
Pasir Putih Kab. Kampar

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar dan murni dari hasil saya sendiri, bukan merupakan hasil karya orang lain dan sistematika penulisannya sudah mengikuti kaidah dari karya tulis ilmiah Universitas Islam Riau. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut baik disengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan plagiat saya bersedia menerima konsekuensi dari pihak fakultas maupun universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia dituntut atau dihukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pekanbaru, 14 Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan



Josua Siahaan
175210588

ABSTRAK

Efektivitas Tata Letak (Layout) 9K Swalayan Pasir Putih Kab.Kampar

Oleh :

JOSUA SIAHAAN
NPM 175210588

Tata letak (*Layout*) merupakan salah satu aspek penting penunjang kelancaran operasional perusahaan, bahkan bisa berdampak terhadap pendapatan perusahaan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas tata letak (*Layout*) yang diterapkan pada 9K Swalayan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan menggunakan model (ARC) *Activity Relationship Chart*. Hasil penelitian menunjukkan perlengkapan, kapasitas ruang, dan lingkungan pada 9K Swalayan pada saat ini sudah efektif, sedangkan aliran informasi dan penempatan produk belum efektif yang diketahui dari hasil observasi dan tanggapan konsumen melalui lembar observasi yang telah dibagikan kepada konsumen. Analisis *Activity Relationship Chart* (ARC) menyimpulkan bahwa terdapat beberapa fasilitas yang masih belum tepat penempatannya.

Kata Kunci: *Activity Relationship Chart, Aliran Informasi, Layout.*

ABSTRACT

Effectiveness of Layout 9K Swalayan Pasir Putih Kampar District

Oleh :

**JOSUA SIAHAAN
NPM 175210588**

The layout is an important aspect of supporting the smooth operation of the company, it can even have an impact on the company's earnings. The purpose of this study was to view and analyze the layout applied to 9K Supermarkets. Data analysis was carried out descriptively and using the Activity Relationship Chart (ARC) model. The results showed that the equipment, space capacity, and environment at 9K Supermarkets are currently effective, while the flow of information and product placement has not been effective, which is known from the results of observations and consumer responses through observation sheets that have been seen by consumers. Activity Relationship Chart (ARC) analysis concluded that there are several facilities that have not been properly placed.

Keywords: Activity Relationship Chart, Information Flow, Layout.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“EFEKTIVITAS TATA LETAK (LAYOUT) 9K SWALAYAN PASIR PUTIH KAB. KAMPAR”**.

Penulisan skripsi ini guna melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau. Berbagai kesulitan, rintangan dan hambatan yang penulis hadapi dalam penulisan skripsi ini, namun berkat bimbingan, petunjuk serta dorongan dari dosen pembimbing penulis, doa dan semangat orang tua, serta dukungan dari teman-teman sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini izinkan penulis mengungkapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam rangka penulisan skripsi, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Firdaus AR., SE., M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abd. Rajak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Bapak Azmansyah, SE., M.Econ selaku Penasehat Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

5. Ibu Susie Suryani., SE., MM selaku Pembimbing yang telah memberikan waktu, motivasi, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
7. Seluruh karyawan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis selama aktivitas perkuliahan.
8. Terimakasih yang luar biasa kepada kedua Orangtua saya yang tercinta, Ayah Desman Siahaan, Ibu Lamseria Tinambunan, Ketiga Adik saya Novalina Siahaan, Anton Siahaan, dan Benny Siahaan, serta keluarga lainnya yang selalu mendoakan saya, memberikan perhatian, semangat dan motivasi serta dukungan kepada saya sehingga mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.
9. TerimaKasih kepada Bapak kepala cabang dan seluruh karyawan 9K Swalayan yang memberikan izin kepada saya melakukan penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya Nudi Basrel Manurung, Yan Martin Sitopu, Jhon Parasian, Nadya Wilanda dan Fazria Rahmawati yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.
11. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan Grace Marsella, Eka Nirwana, Dessy Tobing, Ryski Yosep, Herawati, Rina, Susi, Irene, dan

Novri selaku teman seperjuangan saya yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.

12. Buat keluarga besar Ikatan Mahasiswa Kristen Ekonomi (IMKE) terutama kepada Senior Jhune dan Isak Siregar serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 Universitas Islam Riau Angkatan 2017 yang memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan yang harus diperbaiki, oleh karena itu penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan kepada semua pihak-pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk kita semua.

Pekanbaru, Mei 2021

Penulis

Josua Siahaan
175210588

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.3.3 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian Tata letak	8
2.2 Jenis <i>Layout</i>	11
2.3 Kriteria Tata Letak.....	15
2.4 Aturan Yang Harus Diperhatikan Dalam Mengatur Tata Letak	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran	22
2.7 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	23
3.2 Operasional Variabel	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25

3.5	Analisis Data.....	25
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		26
4.1	Sejarah 9K Swalayan Pasir Putih	26
4.2.	Visi, Misi dan Budaya 9K Swalayan Pekanbaru	27
4.2.1.	Visi 9K Swalayan Pasir Putih.....	27
4.2.2.	Misi 9K Swalayan Pasir Putih	27
4.2.3.	Budaya Kerja 9K Swalayan Pasir Putih	27
4.3.	Struktur Organisasi	28
4.4.	Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Bagian	31
4.5.	Kegiatan 9K Swalayan Pasir Putih.....	34
4.6.	Jam Kerja	35
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
5.1	Hasil Penelitian.....	36
5.1.1	Perlengkapan dan Peralatan	36
5.1.2	Kapasitas Ruang	37
5.1.3	Aliran Informasi.....	38
5.1.4	Lingkungan	39
5.2	Layout Awal 9K Swalayan.....	40
5.3	Jenis Tata Letak 9K Swalayan.....	47
5.4	Analisis Activity Relationship Chart (ARC).....	50
5.5	Tabel Worksheet ARC.....	53
5.6	Perbandingan Jarak dan Ukuran Fasilitas.....	58
5.7	Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
6.1	Kesimpulan	67

6.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		72



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
 Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Standar Lebar Lorong	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	23
Tabel 5.1 Pemaparan Lembar Kerja Hasil ARC	53
Tabel 5.2 Perbandingan Ukuran	58
Tabel 5.3 Rincian Lembar Observasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sebagian Layout 9K Swalayan	5
Gambar 2.1 <i>Grid Store Layout</i>	12
Gambar 2.2 <i>Free Form layout</i>	13
Gambar 2.3 <i>Racestrack Store Layout 1</i>	13
Gambar 2.4 <i>Racestrack Store Layout 2</i>	14
Gambar 2.5 <i>Serpentine Store Layout</i>	14
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi 9K Swalayan Pasir Putih.....	31
Gambar 5.1 <i>Layout 9K Swalayan</i>	41
Gambar 5.2 Tentang <i>Activity Relationship Chart</i>	52
Gambar 5.3 <i>Layout Usulan</i>	60

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kondisi persaingan usaha sudah semakin kompetitif yang masing-masing usaha menunjukkan keunggulan dari segi produk dan jasa. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan dituntut untuk lebih mengenal keadaan pasar dan pelanggan agar perusahaan dapat berjalan mengikuti perkembangan zaman. Para pesaing usaha juga sangat beragam, diantaranya banyaknya perusahaan lokal dan multinasional. Salah satu alasan yang menjadi penyebab meningkatnya persaingan industri di Indonesia yaitu karena pangsa pasar yang potensial.

Usaha Industri sudah menjadi salah satu pekerjaan yang banyak diinginkan orang. Industri selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Contoh yang sangat mudah dijumpai yaitu industri usaha ritel. Usaha ritel adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis (Utami:2010). Namun pada saat ini usaha ritel tidak lagi hanya dimanfaatkan konsumen akhir sebagai penggunaan pribadi, namun juga di sebagai tujuan bisnis yaitu barang yang dibeli dijual kembali tanpa mengubah bentuk apapun atau dapat juga sebagai bahan baku pembuatan produk lain untuk dijual kembali. Contoh jenis industri usaha yang termasuk dalam usaha ritel yaitu Supermarket, Swalayan, Hypermarket, *General Store* dan lain sebagainya. Industri ritel ini mengalami perkembangan yang sangat cepat. Fungsi usaha ritel yaitu menyediakan berbagai

jenis produk, jasa, breaking bulk/memecah ukuran-ukuran produk menjadi lebih kecil, menyimpan persediaan, dan penyedia jasa (Utami:2010). Salah satu usaha ritel yang memiliki perkembangan sangat pesat yaitu swalayan. Usaha swalayan yaitu suatu usaha penjualan eceran yang menawarkan berbagai macam produk bagi konsumen dan membagi kegiatan usahanya menjadi beberapa departemen dalam mengatur barang dagangannya.

Banyak usaha ritel bermunculan dengan nama-nama usaha yang baru setiap tahunnya. Oleh karena itu, masing masing usaha ritel harus mempunyai keunikan sendiri yang dapat membedakannya dari para kompetitor agar konsumen tertarik untuk belanja di toko mereka. Para pemilik usaha harus mampu mengelola usahanya lebih profesional dan efisien dalam menghadapi para pesaing. Para pemilik usaha harus paham dan lebih cermat dalam memilih dan menetapkan produk yang strategis untuk di jual.

Menurut ketua umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) Roy N. Mandey, pertumbuhan ritel di Indonesia pada tahun 2020 akan mengalami penurunan pertumbuhan. Pada tahun 2020 pertumbuhan ritel industri ritel ada pada kisaran 3%-3,5%, sementara pada tahun 2019 pertumbuhan industri ritel ada pada kisaran 8%-8,5%. Salah satu alasan yang menjadi penyebab terjadinya pelemahan ini yaitu karena terjadinya pandemi covid-19 saat ini.

Kehadiran pasar Modern yang selalu mengalami pertumbuhan dapat mengancam keberadaan pasar tradisional yang sebelumnya telah ada atau bahkan akan hadir. Penyebab utama yang membuat pasar modern unggul dari pasar tradisional yaitu sistem manajemen dan infrastruktur pada pasar tradisional yang

buruk dibandingkan pasar modern yang dapat dikatakan sangat baik. Kondisi tersebutlah yang dimanfaatkan oleh pasar modern untuk mengambil keuntungan dari kelemahan pasar tradisional.

Menurut Tjiptono dalam Analia, Kadarisman, dan Sunarti (2016:126), Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Banyak cara yang dapat diterapkan oleh suatu usaha swalayan agar mampu unggul dari pesaing. Salah satunya yaitu manajemen operasional harus mampu membuat keputusan yang tepat tentang tata letak (*layout*). Hal ini dapat meningkatkan rasa puas dan loyalitas dari pelanggan dalam mengunjungi suatu usaha ritel. Efektivitas dari *layout* sangat berpengaruh terhadap competitive advantage dan kelangsungan hidup suatu usaha ritel.

Banyak usaha ritel yang salah dalam menentukan tata letak yang membuat pembeli sulit menemukan produk yang dicari. Dalam mengatur tata letak yang baik juga harus memperhatikan sifat barang, tingkat dan kebiasaan konsumen. Pengaturan tata letak yang efektif dapat dilakukan dengan menempatkan produk yang sejenis dan produk yang memiliki keterkaitan untuk dibeli oleh konsumen.

Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis peran manajemen operasional dalam menemukan tata letak yang efektif bagi keberlangsungan hidup kegiatan operasional 9K swalayan sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha ritel lainnya. Tata letak merupakan salah

satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang (Render dan Heizer, 2015: 272).

Dalam pengaturan tata letak ritel, pada umumnya menggunakan dua metode, diantaranya metode *Market Basket Analysis* (MBA) dan metode *Activity Relationship Chart* (ARC). Metode *market basket analysis* (MBA) adalah suatu teknik yang digunakan dari data mining untuk menetapkan produk-produk yang biasanya akan dibeli oleh konsumen secara bersamaan dengan bantuan informasi daftar transaksi yang diperoleh dari pihak manajemen perusahaan. Sedangkan metode *Activity Relationship Chart* (ARC) adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan kedekatan antar kelompok produk ataupun fasilitas yang didapat melalui informasi aliran kerja dan kaitan produk.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Activity Relationship Chart* (ARC). Alasan yang mendasari peneliti menggunakan metode ini yaitu, pada 9K Swalayan terdapat beberapa fasilitas yang belum efektif berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Apabila peneliti menggunakan metode *Market Basket Analysis* (MBA), metode ini digunakan hanya untuk meneliti korelasi antar produk berdasarkan perilaku pembelian konsumen. Metode *Activity Relationship Chart* (ARC) digunakan untuk meneliti kaitan antar rak, fasilitas kerja, aliran informasi maupun keadaan lingkungan pada 9K Swalayan agar tercapainya tata letak yang efektif untuk diterapkan 9K Swalayan.

Ada beberapa acuan jarak yang harus diperhatikan untuk menentukan jarak antar rak dalam usaha swalayan, diantaranya yaitu dengan memperhatikan lebar dan gap dari keranjang dan troli. Lebar lorong di asumsikan harus bisa di

lewati 2 orang sekaligus dengan membawa keranjang atau troli. Hal itu bertujuan untuk membuat konsumen lebih nyaman dalam berbelanja. Adapun perhitungannya untuk menentukan lebar lorong yaitu menggunakan rumus Lebar Lorong = $2(\text{Lebar}) + 3(\text{Gap})$.

Tabel 1.1
Standar Lebar lorong

NO	Jenis Alat Bantu	Lebar (cm)	Gap (cm)	Lebar Lorong [2(Lebar)+3(Gap)]
1.	Keranjang Belanja	31	10	92 cm
2.	Troli Plastik	46	10	122 cm
3.	Troli <i>Convenience</i>	45	10	120 cm
4.	Troli 22/25 Liter	40	10	110 cm

Sumber : Data dikelola

Jadi dari tabel dapat dilihat lebar lorong pada usaha swalayan dapat dibuat dari jarak 92 cm sampai 122 cm. Data tersebut dapat digunakan para pemilik usaha sebagai acuan dalam menentukan jarak antar rak dalam usaha swalayan.

Ada beberapa dimensi yang harus diperhatikan untuk mencapai tata letak yang efektif. Diantaranya yaitu perlengkapan, kapasitas ruang, aliran informasi, dan lingkungan. Dari informasi yang didapat oleh peneliti melalui observasi dan wawancara kepada pihak pengelola 9K Swalayan dapat diambil beberapa informasi yaitu: a) perlengkapan yang ada untuk mendukung pekerjaan dan membantu konsumen sudah dapat dikatakan lengkap, b) kapasitas ruang yang dimiliki oleh 9K Swalayan dikatakan sudah cukup dan sangat baik untuk menampung produk yang akan dijual, c) aliran informasi informasi yang ada di 9K Swalayan terbilang masih kurang baik. Diantaranya dari beberapa konsumen

masih kesulitan dalam mencari produk yang mereka cari karena kurangnya informasi ataupun penempatan karyawan yang bisa menunjukkan arah, d) lingkungan 9K Swalayan dapat dikatakan sangat baik. Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa penggunaan pewangi ruangan, alat pembersih ruangan, dan pengatur suhu tubuh sudah lengkap ada disetiap sudut ruangan.



Gambar 1.1
Sebagian *Layout* 9K Swalayan

Sumber : 9K Swalayan 2020

Dari gambar terlihat sebagian *layout* dari 9K swalayan. Beberapa rak memiliki jarak yang terbilang masih cukup jauh. Dapat dilihat dari gambar diatas pengelola swalayan masih dapat menambah beberapa rak jika memperkecil jarak antar rak yang sudah ada. Dengan begitu pengelola dapat menambah penjualan jenis produk yang baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah pada latar belakang, maka dapat dibuat rumusan masalah penelitian ini yaitu “Apakah Tata Letak/*Layout* usaha 9K Swalayan sudah efektif?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas *layout* pada 9K Swalayan-Pasir Putih.

1.3.3 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan atau Objek yang Diteliti

Dapat memperbaiki dan menerapkan usulan perbaikan *layout* dari hasil penelitian.

2. Bagi Penulis

Dapat mempelajari dan menerapkan ilmu Manajemen Operasional khususnya tentang tata letak (*layout*).

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi para peneliti dalam merancang tata letak dari suatu usaha pasar swalayan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Tata letak

Menurut Render dan Heizer (2015: 272), “tata letak merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang”. Tata letak ritel berkaitan dengan aliran penataan/pengalokasian ruang serta memberi respon terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasarkan pada pernyataan bahwa penjualan dan pembelian berbeda-beda terhadap setiap produk. Oleh sebab itu banyak manajer berusaha memperkenalkan produk kepada pembeli sebanyak mungkin. Karena pada beberapa penelitian telah dibuktikan bahwa semakin banyak produk terlihat oleh pembeli maka penjualan juga akan semakin meningkat.

Tata letak (*layout*) memegang peranan penting dalam memberikan keuntungan karena dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja. Tata letak yang efektif dampaknya sangat strategis karena *layout* akan menentukan daya saing perusahaan baik dalam hal kuantitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan, dan perusahaan. Tata letak produk yang tepat harga, seimbang, dan kelengkapan produk yang bervariasi dan lengkap secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan keputusan pembelian (Suryaningsih 2011).

Tujuan dari tata letak pada usaha ritel umumnya adalah untuk menarik konsumen datang ke toko ritel dan membeli barang yang diperdagangkan secara berkelanjutan (Utami, 2010:273). Dalam menata tata letak usaha ritel dibutuhkan

display produk, yaitu penataan produk (barang dagangan) ditempat tertentu untuk menarik pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan (Puspitasari, 2020). Dalam melakukan penataan tata letak harus disesuaikan dengan pola pikir konsumen.

Secara umum *display* produk terbagi menjadi 3 jenis yaitu: *window display*, *interior display*, dan *eksterior display*.

- a. *Window Display* yaitu konsep penempatan produk yang berada dibalik etalase atau kaca. Hal ini bertujuan untuk menarik minat pelanggan sekaligus untuk mengamankan produk tersebut yang biasanya memiliki nilai ekonomis tinggi seperti barang-barang yang bermerek.
- b. *Interior Display* yaitu penataan barang dagangan pada area didalam toko ritel yang biasanya diterapkan untuk produk-produk yang telah dikenal masyarakat.
- c. *Eksterior Display* yaitu penataan tata letak barang ditempat terbuka yang mudah di temukan oleh konsumen. Biasanya ini diterapkan untuk produk produk yang baru, diskon, atau produk yang dipromo dalam waktu beberapa saat.

Menurut Triyono dalam Apriatni (2015) *Layout* adalah pengaturan bagian selling atau non selling, lorong, rak, pajangan, serta pemajangan barang dan alat-alat yang saling berhubungan dan menjadi elemen yang menyatu dalam struktur bangunan. Tata letak barang dalam suatu usaha ritel dapat memberikan ruang yang luas atau bahkan sempit pada arus gerak konsumen. Arus gerak ini lah yang juga akan mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan dari pelanggan. *Layout*

merupakan salah satu unsur yang membangun suasana atau atmosfer toko dan atmosfer toko berperan penting dalam memikat pembeli dan atmosfer didalam toko merupakan salah satu dari bauran pemasaran ritel (Sopiah dan Syihabudhin:2010).

Menurut Utami (2010) dalam merancang letak/suasana toko, maka tujuan yang perlu diperhatikana adalah: (a) desain harus sesuai dengan kesan dan strategi; (b) Desain harus mempengaruhi perilaku konsumen secara positif; (c) Desain harus mempertimbangkan biaya dan nilai; dan (d) Desain harus fleksibel. Kenyamanan dalam sebuah toko akan memberi citra yang baik. Komponen citra toko atau *store image* menurut Utami (2010) mencakup dimensi *merchandise*, *promotion*, *convenience*, *store facilities*, dan *store service*. Ada dua aspek dalam dimensi *convenience*, yakni kenyamanan berbelanja dan kenyamanan lokasi (Utami: 2010). Kenyamanan dalam toko mencakup:

1. Keleluasaan bergerak di dalam toko
2. Kemudahan menemukan barang-barang yang diinginkan
3. Memungkinkan untuk melakukan pembelian secara menyeluruh
4. Kenyamanan berbelanja secara menyeluruh.

Lingkungan perusahaan tata letak fasilitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap perilaku berbelanja konsumen dan karyawan penyedia jasa, sehingga dirancang sesuai dengan gambaran dan perasaan yang sama dengan konsep pelayanan yang ditawarkan. Tata letak ritel harus meperhatikan selera dan persepsi konsumen dalam berbelanja. Penataan itu berfungsi untuk membantu konsumen dalam berbelanja. Apabila karyawan tidak ada, tempat pelayanan

kepada pelanggan memegang peran penting dalam membantu mengarahkan karyawan dengan menggunakan tanda-tanda, atau simbol-simbol, misalnya panah, peta, tulisan, dan sebagainya.

2.2 Jenis *Layout*

Jenis *Layout* menurut Triyono dalam Apriatni (2015)

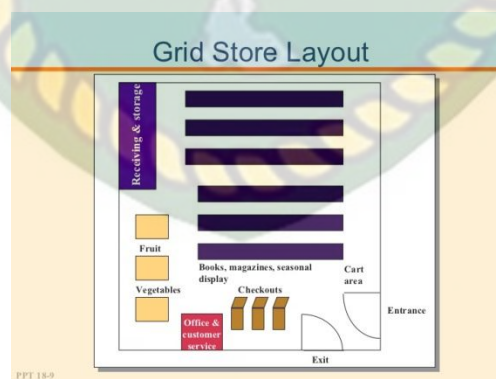
1. *Gridiron Layout* atau yang disebut juga Pola lurus yaitu pola tata letak yang memajang produk secara berderet/atau sesuai dengan garis lurus. Pola tata letak ini memberi keuntungan dan lebih efisien karena dapat dapat menampung produk lebih banyak untuk dipamerkan kepada pembeli. Pembeli juga akan lebih mudah menemukan produk yang dicari, dan hemat waktu dalam berbelanja.
2. *Modified Grid Layout* yaitu pola tata letak panggangan. Pola tata letak ini sangat baik diterapkan dalam suatu toko ritel karena akan memberikan kenyamanan.
3. *Free Flow Layout* yaitu jika diterapkan dalam sebuah toko ritel besar disebut dengan pola tata letak lengkung dengan potongan berupa gang. Pola tata letak ini memberikan keleluasaan bagi pengunjung untuk berbelok-belok untuk mencari produk yang ingin dibeli sama dengan toko kecil yang menerapkan pola tata letak ini. Pola tata letak ini akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen karena akan membiarkan konsumen bersantai dalam memilih produk yang ingin dibeli.
4. *Boutique layout* atau disebut juga Tata letak butik yaitu versi yang sama dengan tata letak *free flow layout*. Perbedaan kedua tata letak ini yaitu

pada bagian-bagian atau masing-masing departement diatur seolah-olah toko specialty yang berdiri sendiri.

5. Guided shopper flows yaitu Tata letak yang berpenuntun dan dapat dikatakan tata letak yang sedikit diatur. Tata letak ini membuat pelanggan dapat digiring melalui jalan yang diciptakan yang dapat membuat kelelahan sebagian pelanggan. Tetapi, keuntungan bagi pelanggan yaitu mereka mendapatkan suguhan pilihan produk dalam ragam dan jumlah item yang besar.

Jenis *Layout* Menurut Li (2010)

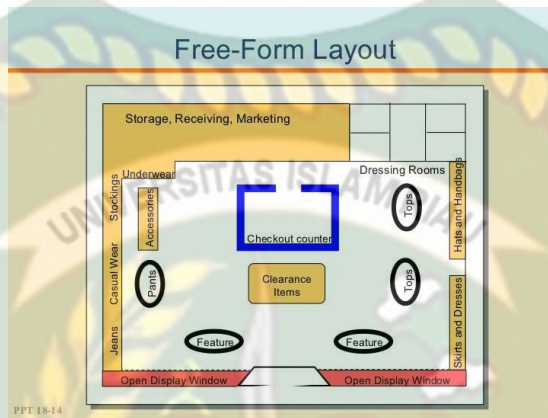
1. *Grid Store Layout*, yaitu tata letak yang melakukan penataan *display* dan lorong jalan yang berbentuk persegi panjang dan sejajar satu sama lain. Tujuannya yaitu untuk merencanakan perilaku belanja, memanjakan konsumen, dengan fleksibilitas dan kecepatan dalam menemukan produk yang dicari (Levy & Weitz).



Gambar 2.1
Grid Store Layout

Freeform Store Layout, yaitu tata letak yang pada *display* dan aisle asimetris dengan menggunakan berbagai ukuran, bentuk dan gaya

tampilan. Pola ini membuat pelanggan dapat menikmati kebebasan untuk bergerak kesegala arah dalam toko ritel (Levy dan Weitz). Jenis *layout* ini membuat pelanggan nyaman dan betah berlama-lama didalam toko ritel.



Gambar 2.2
Free Form Layout

2. *Racestrack Store Layout*, tata letak ini terbagi menjadi dua macam yaitu, Tata letak racestrack 1 yaitu dibagi menjadi daerah masing-masing sepanjang lingkaran dan tata letak racestrack 2 sepanjang persegi panjang (Levy dan Weitz). Lokasi tertentu dibangun untuk kelompok belanja tertentu. *Layout Racetrack* mengarahkan pelanggan untuk mengunjungi berbagai jenis toko ritel karena aisles utama memberikan fasilitas bagi pelanggan untuk mengitari toko.

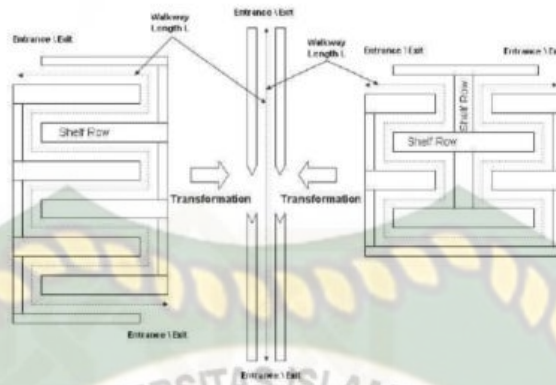


Gambar 2.3
Racestrack Store Layout 1



Gambar 2.4
Racestrack Store Layout 2

3. *Serpentine Store Layout*, yaitu tata letak yang dikembangkan untuk menganalisis pada toko ritel (Botsali dan Peters). Keuntungan dalam menerapkan *layout* ini yaitu terdapat satu jalan untuk menyusuri segala ruang dalam toko sehingga dapat memaksimalkan karena konsumen semakin lama dalam proses belanja.



Gambar 2.5
Serpentine Store Layout

2.3 Kriteria Tata Letak

Heizer and Render (2015) menyatakan ada lima hal yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan pengaturan keseluruhan sebagian besar toko, yakni: (a) penempatan barang-barang yang sering dibeli oleh pelanggan di sekitar batas luar toko; (b) penggunaan lokasi strategis untuk barang-barang yang menarik dan memiliki keuntungan besar; (c) distribusikan barang-barang yang dikenal pedagang sebagai "produk andalan" pada kedua sisi lorong dan diletakkan secara tersebar; (d) memanfaatkan lokasi di ujung lorong karena memiliki tingkat exposure yang tinggutamigi; dan (e) sampaikan misi toko dengan memilih posisi bagian yang akan menjadi perhentian pertama bagi pelanggan.

Apabila tata letak yang ditetapkan, produk harus di atur untuk siap dijual. Oleh sebab itu, dalam mementukan tata letak sangat diperlukan banyak pertimbangan. Karena tujuan utama dari tata letak yaitu memaksimumkan profitabilitas, setiap ruangan yang terdapat dalam suatu perusahaan. Menurut (Wahyu Ariani, 2011:304) untuk membuat tata letak yang baik, ada tiga elemen faktor yang harus diperhatikan.

1. Kondisi yang berkenaan dengan lingkungan (Ambient Conditions) yang merupakan karakteristik yang melatarbelakangi, seperti pencahayaan, suara, bau, dan suhu udara. Semuanya itu mempengaruhi karyawan dan pelanggan dan dapat mempengaruhi berapa banyak dan berapa lama seseorang akan tinggal di tempat tersebut.
2. Fungsionalitas dan tata letak yang melibatkan perencanaan jalur pelayanan pelanggan, karakteristik gang (seperti lebar, arah, ruang, sudut) dan pengelompokan barang.
3. Tanda, simbol, dan artifak yang merupakan karakteristik desain bangunan yang signifikan dengan kondisi sosial.

Desain tata letak yang efektif akan bermanfaat menghindari disorientasi dan frustrasi bila pelanggan dan karyawan memasuki struktur yang mereka tidak kenal. Desain tata letak didasarkan pada tujuan pelayanan, yaitu kebutuhan atau persyaratan ruang, fleksibilitas, faktor estetika, dan lingkungan (Wahyu Ariani, 2011:282). Tata letak dapat mengubah keputusan yang luas mengenai prioritas persaingan, strategi proses, kualitas, dan kapasitas proses kedalam pengaturan fisik orang, peralatan, dan ruang.

Ada dua macam pengaturan tata letak, diantaranya yaitu relatif dan absolut. Tata letak relatif sangat dipengaruhi oleh pekerjaan atau letak proses lain. Tata letak absolut merupakan ruang khusus yang digunakan untuk satu fasilitas. Menurut Krawjewski et al. dalam Wahyu Ariani (2011), mengubah tata letak dapat mempengaruhi organisasi dan bagaimana hal tersebut dapat memenuhi prioritas persaingan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan.
2. Membantu aliran bahan atau material dan informasi.
3. Meningkatkan penggunaan tenaga kerja dan peralatan secara efisien.
4. Mengurangi resiko karyawan.
5. Memperbaiki moral karyawan.
6. Memperbaiki komunikasi.

Permasalahan tata letak adalah menemukan pengaturan terbaik dari komponen dan fasilitas fisik sistem pelayanan dengan pertimbangan waktu, biaya, dan teknologi. Sasaran tata letak antara lain:

1. Pemindahan orang, material, dan kertas kerja seminimal mungkin.
2. Penggunaan ruang seoptimal mungkin.
3. Fleksibilitas dalam pengaturan, pelayanan dan pertumbuhan.
4. Lingkungan fisik yang memuaskan bagi karyawan.
5. Kenyamanan pelanggan selama pelayanan.
6. Penampilan atraktif dari ruang kantor yang diatur bagi manajemen dan pelanggan.

Menurut Heizer dan Render (2015), tata letak yang baik membutuhkan beberapa hal:

1. Peralatan penanganan bahan atau material. Manajer harus memutuskan peralatan yang digunakan.
2. Kebutuhan kapasitas dan ruang. Apabila orang, mesin, dan peralatan diketahui, maka manajer dapat menyusun tata letak dan menyediakan ruang bagi setiap komponen.

3. Lingkungan dan keindahan. Tata letak berkaitan dengan keputusan mengenai tempat, jendela, ruang dan berbagai fasilitas seperti aliran udara, kegengam, privasi dan sebagainya.
4. Aliran informasi. Komunikasi penting bagi organisasi dan harus didukung oleh tata letak.
5. Biaya perpindahan antar berbagai pekerjaan. Ada berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan perpindahan bahan atau untuk kepentingan bidang tertentu diproses selanjutnya.

Sementara itu, Krajewski et al. dalam Wahyu Ariani (2011) menyatakan bahwa tata letak dikatakan baik apabila memenuhi satu atau beberapa faktor yaitu:

1. Kepuasan pelanggan.
2. Tingkat investasi modal.
3. Persyaratan penanganan bahan atau material.
4. Kemudahan dalam mengambil dan menyimpan barang.
5. Lingkungan dan atmosfer kerja.
6. Mudah dalam perawatan mesin.
7. Sikap pelanggan internal dan eksternal.
8. Banyak fleksibilitas yang diperlukan.
9. Pelanggan-pelanggan dan tingkat penjualan.

2.4 Aturan Yang Harus Diperhatikan Dalam Mengatur Tata Letak

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengatur tata letak yang baik agar lebih efektif dan efisien, diantaranya:

1. Pembelian *Impulsif*

Pembelian yang dilakukan konsumen terhadap suatu barang tanpa direncanakan sebelumnya. Pada saat berbelanja, pembelian akan bertambah dari yang sudah direncanakan sebelumnya untuk dibeli. Perilaku pembelian Impulsif banyak didominasi oleh wanita, hal ini dapat dipahami karena dalam melakukan pembelian barang proses pengambilan keputusannya banyak dipegang oleh wanita (Amir, 2012:119). Pembeli akan mengitari toko untuk mencari yang terbaik. Para pembeli malas untuk kembali lagi untuk mencari barang jika sudah keluar toko. Ini menjadi salah satu aspek yang harus diperhatikan para pengelola usaha ritel dalam menentukan tata letak.

Menurut Hirschman dan Stren pembelian yaitu kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, secara terburu-buru dan didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap suatu produk dan tergoda atas ajakan pemasar. Terdapat rangsangan dan ide dapat mempengaruhi pikiran manusia yang terkadang sifatnya sadar dan terkadang juga dibawah sadar yang bisa mempengaruhi pembelian secara tiba-tiba ketika berada dalam usaha ritel. Karena banyak diantara konsumen yang mengalami Pembelian impulsif jika ditanya alasan mengapa membeli barang secara tiba-tiba, sering memberikan alasan yang kurang tepat. Pembelian secara tidak terencana adalah kegiatan menghabiskan uang yang tidak terkontrol, ini terjadi biasanya kebanyakan kepada barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan

2. Alokasi Shelf,

Tahap ini merupakan permasalahan dalam mengalokasikan ruang rak dan barang secara lebih detail. Untuk membantu Manajemen dalam mengalokasikan ruang rak serta memilih produk yang terbaik, maka dapat digunakan pendekatan *integer programming*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan masalah tata letak pada usaha ritel, ada beberapa penelitian terdahulu yang sudah melakukan penelitian tentang tata letak yang terdapat dalam suatu usaha ritel. Diantaranya yaitu sebagai berikut:

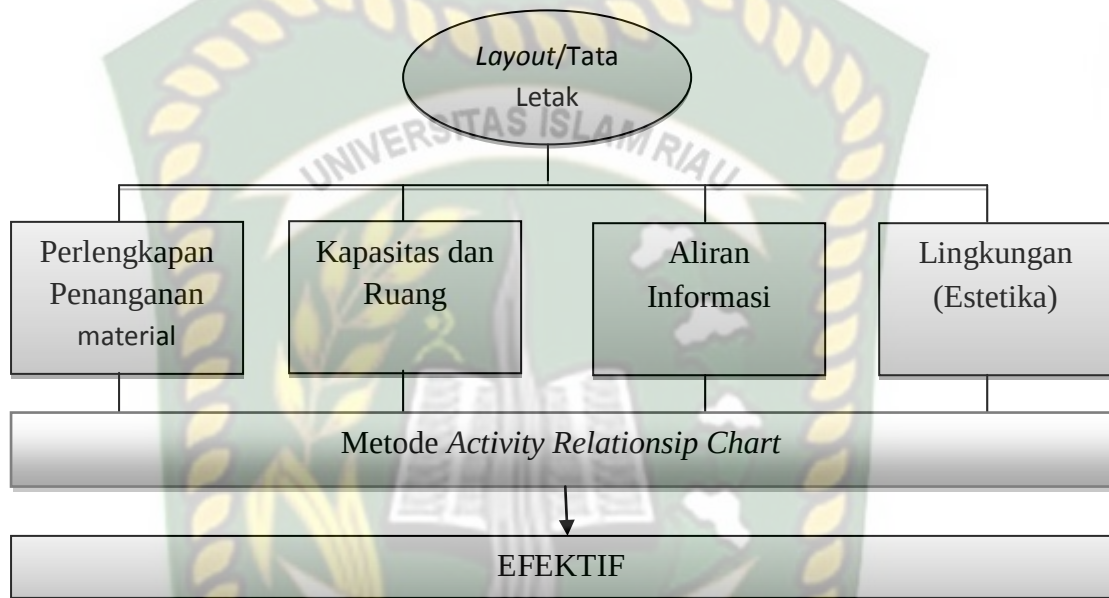
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Permasalahan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
1	Ria Arifianti (2016)	Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel	Papan petunjuk yang tidak jelas dan tinggi penempatannya sehingga membuat konsumen kebingungan untuk mencari barang yang diinginkan.	Deskriptif	1. Penempatan barang juga disesuaikan dengan permintaan supplier. 2. Dalam penempatan barang digunakan dark light. 3. adanya lorong-lorong untuk memudahkan konsumen dalam mencari barang yang diinginkan.
2	Dra. Apriatni EP., SMI (2015)	Analisis tata letak pada ADA swalayan setia budi kota Semarang	Luasan bangunan yang kurang memadai padahal jumlah dan	Deskriptif	1. Supermarket ADA Swalayan Setiabudi Kota Semarang menerapkan jenis tata letak kisi-kisi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Permasalahan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
			item barang cenderung terus meningkat, dan pemakaian ruang yang makin intensif berdampak pada keleluasaan gerak pengunjung.		atau gridiron layout. 2. Perlu meningkatkan aspek-aspek tata letak lagi karena tata letak yang diterpkan saat ini masih kurang memadai.
3	Lia Nuran, Rono Kusuma smoro (2017)	Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi	Mempunyai tata letak yang berbeda dari toko ritel lainnya.	Deskriptif	1. menciptakan kesan yang menyenangkan dan ramah kepada setiap pelanggan. 2. Memiliki teknologi yang menunjang sistem perbelanjaan agar sistem perbelanjaan lancar dan tidak terhambat dalam kegiatan. perbelanjaan. 3. Memfokuskan perlengkapan barang ditoko.
4	Corinne H. Mowrey, Praktik J. Parikh, & Kevin R. Gue (2017)	A Model to Optimize Rack Layout in a Retail Store	Ada usaha ritel yang memiliki ruang yang terbatas.	Deskriptif	Menyajikan masalah tata letak rak ritel untuk dapat memaksimalkan ruang yang ada.

2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Efektivitas Tata Letak/*Layout* Pada 9K Swalayan Pasir Putih (Heizer, Jay, & Barry Rander, 2015).



Gambar 2.6
Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian, dan kajian teoretis sebagai kaitan keseluruhan maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut.

- *Layout* pada 9K Swalayan Pasir Putih Kampar belum efektif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 9K Swalayan Pasir Putih yang terletak di jalan raya Pasir Putih Kampar.

3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Layout/Tata Letak</i> adalah salah satu keputusan yang menentukan efesiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang (Render dan Heizer (2015: 272)).	1. Perlengkapan	a. Perlengkapan alat-alat fasilitas penunjang pekerjaan. b. Perlengkapan alat-alat fasilitas belanja yang dapat membantu pelanggan.	Rasio
	2. Kapasitas Ruang	a. Luas Ruangan penyimpanan produk. b. Banyak ruangan yang dibutuhkan yang dapat meningkatkan produktivitas, dan aman dari berbagai resiko. c. Beberapa ruangan yang memiliki korelasi.	Rasio
	3. Aliran Informasi	a. Alat yang digunakan sebagai pembantu konsumen dalam menemukan produk yang dicari. b. Penempatan	Rasio

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		karyawan yang tepat yang dapat memberikan informasi dan mengarahkan konsumen. c. Penempatan produk dalam satu kategori yang sama dan memberikan atribut nama yang bertujuan mempermudah konsumen menemukan produk.	
	4. Lingkungan	a. Penggunaan pengatur suhu ruangan yang dapat memperbaiki kualitas dan suhu ruangan. b. Penggunaan alat-alat yang dapat membantu dalam melakukan perbersihan ruangan. c. Penggunaan pewangi ruangan di beberapa tempat yang dapat menangkal munculnya bau pada ruangan.	Rasio

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data objek yang diperoleh melalui observasi. Sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan

oleh peneliti. Sedangkan data sekunder yaitu data yang didapat dari pihak perusahaan yang diteliti dan peneliti dapat menggunakan data tersebut sesuai dengan kebutuhan.

3.4 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2011:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudin ditarik kesimpulannya”. Sugiyono (2011:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh stakeholder yang berkaitan dalam tata letak 9K swalayan Pasir Putih. Adapun sampel yang akan diambil yaitu 5 orang dari pihak perusahaan dan 20 orang dari konsumen 9K Swalayan.

3.5 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan desain penelitian tindakan. Anwar (2016:11), “Desain penelitian tindakan yaitu desain penelitan yang dibuat bertujuan untuk melakukan perbaikan terhadap kegiatan yang sudah dilakukan”. Penelitian tindakan akan mengevaluasi pendekatan ataupun metode yang telah diterapkan dengan tujuan berupaya untuk mengembangkan atau memperbaiki metode yang telah diterapkan menjadi yang lebih baik lagi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah 9K Swalayan Pasir Putih

Bermula dari pemikiran pemilik usaha untuk lebih mengembangkan dan memperluas penyediaan barang dan jasa bagi masyarakat, maka pada saat itu 9K swalayan yang sebelumnya memiliki gerai berjumlah 13 gerai yang tersebar dikota Pekanbaru mendirikan 1 gerai tambahan di Pasir Putih Kab.Kampar. Berbekal dari pengetahuan yang sudah cukup baik dalam usaha ritel membuat pemilik usaha 9K swalayan semakin percaya diri mendirikan usaha yang sama di Pasir Putih dimana dibuktikan dengan total sudah didirikannya beberapa usaha gerai 9K swalayan di wilayah pekanbaru. Berkat berbagai pengalaman yang telah didapat maka pada tanggal 1 Februari 2020 9K swalayan resmi membuka cabang baru di Pasir Putih Kab.Kampar yang diresmikan oleh Bapak Hendrawan selaku pimpinan 9K Swalayan.

Seiring perkembangan usaha ritel, perusahaan tertarik untuk lebih mengenal dan lebih mendalami tentang perilaku, kebutuhan dan keinginan konsumen dalam berbelanja. Hal yang dilakukan oleh manajemen 9K Swalayan untuk dapat bersaing dalam dunia usaha ritel yaitu melakukan survei dan mengamati perilaku belanja konsumen. Dari pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwa pada saat ini masyarakat lebih banyak menyukai berbelanja di pusat perbelanjaan modern dikarenakan pasar modern memiliki kualitas barang yang lebih terjamin, dan suasana yang nyaman saat berbelanja.

Awal pendirian 9K Swalayan yang berlokasi di Pasir Putih didorong karena adanya peluang yang cukup besar karena lokasi yang sangat strategis yaitu dekat dengan pemukiman padat penduduk, dekat dengan tempat tinggal para mahasiswa dan juga yang menjadi dasar utamanya yaitu terletak di pinggir jalan lintas Pasir Putih.

4.2. Visi, Misi dan Budaya 9K Swalayan Pekanbaru

4.2.1. Visi 9K Swalayan Pasir Putih

“Mengembangkan usaha yang untuk dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dimasa yang akan datang”.

4.2.2. Misi 9K Swalayan Pasir Putih

“Berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara langsung serta membuka lapangan pekerjaan yang dapat membantu pemerintah mengurangi tingkat pengangguran.

4.2.3. Budaya Kerja 9K Swalayan Pasir Putih

Para pekerja 9K Swalayan dalam bekerja menjunjung tinggi nilai-nilai :

1. Kepuasan pelanggan.
2. Pengembangan inovasi untuk kemajuan perusahaan.
3. Kerja sama yang baik bagi semua golongan pekerja.
4. Jujur dalam bekerja.
5. Keadilan bagi semua karyawan.
6. Diskusi dalam lingkungan kerja.

4.3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran rantai perintah atau kedudukan yang digambarkan melalui diagram/bagan. Diagram tersebut berbentuk garis yang menghubungkan masing-masing kelompok pekerjaan antara yang satu dengan yang lainnya. Adanya diagram tersebut dapat membantu pemimpin mengontrol setiap jenis pekerjaan karena dalam diagram tersebut telah terlihat masing-masing wewenang dan tanggung jawab setiap karyawan yang menduduki jabatan pada setiap organisasi. Struktur organisasi juga membantu setiap karyawan mengetahui siapa yang menjadi atasan ataupun bawahannya.

Struktur organisasi juga memberikan petunjuk tentang alur perintah dan pertanggung jawaban oleh setiap karyawan. Struktur organisasi memberikan gambaran susunan kedudukan dari masing-masing fungsi, bagian, posisi, serta menunjukkan hierarki organisasi dan struktur sebagai acuan untuk menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam sistem pelaporan kepada atasan yang dapat memberikan stabilitas dan kontinuitas agar organisasi tetap berjalan. Struktur organisasi yang disusun dengan baik dapat mendorong efektivitas jalannya suatu organisasi.

Selain berguna untuk pihak internal, struktur organisasi juga dapat memberikan manfaat untuk pihak eksternal perusahaan. Salah satunya yaitu pihak tertentu yang ingin mencari jabatan seseorang maka struktur organisasi dapat memberikan informasi mengenai jabatan seseorang dalam organisasi.

Apabila terjadinya kesalahan atau tidak adanya struktur organisasi maka akan memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan diantaranya yaitu

timbulnya penyimpangan dan pertentangan yang dapat menghambat jalannya organisasi. Struktur organisasi menjadi salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan dalam menjalankan suatu usaha.

Dalam melaksanakan kegiatan organisasi dibutuhkan kerja sama tim yang baik untuk semua golongan unit kerja. Tujuan dari kerja sama tim ini yaitu untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik serta meningkatkan kinerja organisasi agar lebih efektif dan efisien. Dalam suatu organisasi pemimpin harus menetapkan pembagian beban tanggung jawab, kedudukan dalam organisasi, dan batasan wewenang. Dengan demikian masing-masing karyawan akan mengetahui apa tanggung jawabnya dan kepada siapa dipertanggung jawabkan.

Struktur organisasi dalam setiap perusahaan berbeda-beda yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing perusahaan yang bersangkutan. Struktur organisasi dapat dikatakan baik apabila mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab dan dapat mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Dalam menyusun struktur organisasi yang baik maka harus memperhatikan prinsip pokok organisasi, yaitu:

1. Penetapan tujuan yang jelas.
2. Pembagian tugas kerja yang baik.
3. Pelimpahan Weweng untuk setiap unit kerja.
4. Tingkat pengawasan.
5. Koordinasi yang baik.

Struktur organisasi terdiri dari tiga pengelompokan, antar lain:

- a. Organisasi garis

Pada perusahaan yang menggunakan organisasi garis, maka kekuasaan dan tanggung bergabung. Masing-masing tingkatan posisi pekerjaan dari yang tertinggi sampai kebawah harus bertanggung jawab atas pekerjaan yang dibebankan kepada mereka.

b. Organisasi fungsional

Pada perusahaan yang menerapkan organisasi fungsional, maka pembagian kerjanya diatur berdasarkan fungsi pada setiap manajemen. Organisasi fungsional merupakan struktur organisasi yang paling banyak digunakan oleh sebuah perusahaan. Setiap tenaga kerja yang memiliki skil dan keterampilan yang sama, akan ditempatkan dalam satu unit kerja yang sama.

c. Organisasi lini dan staff

Organisasi lini dan staff merupakan gabungan perbaikan dari organisasi fungsional dan organisasi garis. Beberapa staff ditugaskan untuk membantu pemimpin dalam memberikan ide, masukan dan gagasan baru.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka struktur organisasi yang digunakan oleh 9K Swalayan yaitu struktur organisasi garis karena kekuasaan dan tanggung jawab dari setiap bawahan ditujukan langsung kepada masing-masing atasan. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi 9K Swalayan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi 9K Swalayan Pasir Putih

Sumber: 9K Swalayan Pasir Putih, 2020.

4.4. Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Bagian

1. Direktur

Memiliki tingkatan tertinggi dalam perusahaan, direktur memiliki peran dan tanggung jawab kepada seluruh kegiatan usaha serta menentukan kebijakan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Beberapa tugas direktur yaitu:

- a) Menyusun strategi perusahaan
- b) Mengorganisir visi dan misi perusahaan kepada seluruh karyawan
- c) Melakukan evaluasi melalui kelebihan dan kekurangan perusahaan

- d) Melakukan rapat dengan berbagai divisi penting diperusahaan
- e) Mengambil keputusan

2. Kepala Cabang

Kepala cabang adalah pimpinan utama di kantor cabang. Segala kegiatan yang berhubungan dengan kantor cabang harus dipertanggung jawabkan yang akan memberikan laporan kepada kantor pusat. Beberapa tugas kepala cabang yaitu:

- a) Mengawasi segala kegiatan diperusahaan cabang
- b) Memimpin setiap kegiatan operasional di perusahaan cabang
- c) Melakukan pengamatan terhadap kinerja karyawan di perusahaan cabang
- d) Memberikan penilaian terhadap kinerja karyawan untuk dilaporkan kepada kantor pusat
- e) Melaksanakan prosedur kegiatan yang telah ditetapkan kantor pusat

3. Pengawas

- a) Bertanggung jawab terhadap segala properti diperusahaan
- b) Bertanggung jawab atas laporan keuangan
- c) Melakukan pengecekan terhadap segala barang yang masuk perusahaan untuk menjamin kualitas
- d) Melakukan koordinasi kepada suplier untuk menjaga kestabilan ketersediaan barang
- e) Menangani setiap keluhan dari konsumen
- f) Membuat laporan secara berkala kepada atasan

4. Pramuniaga

Pramuniaga adalah tenaga kerja diperusahaan yang tugasnya melayani secara langsung konsumen. Pada usaha ritel akan ditemui beberapa pramuniaga yang siap siaga untuk membantu konsumen jika membutuhkan bantuan. Beberapa tugas Pramuniaga yaitu:

- a) Mendata ketersediaan dan kondisi setiap barang yang dipajang di setiap rak
- b) Mengatur barang di setiap rak agar terlihat rapi
- c) Memberikan informasi kepada konsumen\
- d) Mengenal barang yang dijual
- e) Memajang barang yang sejenis
- f) Melakukan pengecekan terhadap kebersihan lingkungan sekitar rak

5. Kasir

Kasir adalah salah satu bagian pekerjaan yang wajib ada untuk setiap usaha swalayan. Posisi kasir biasanya berada dekat dengan pintu keluar swalayan. Beberapa tugas kasir yaitu:

- a) Melayani setiap transaksi penjualan
- b) Melakukan pengemasan barang yang telah dibayar pembeli
- c) Bertanggung jawab atas mesin kasir untuk transaksi
- d) Menyetor uang kepada atasan dan memberikan laporan

4.5. Kegiatan 9K Swalayan Pasir Putih

9K Swalayan merupakan salah satu usaha ritel yang terletak di Pasir Putih. 9K Swalayan melakukan kegiatannya dengan menjual barang kepada konsumen dengan kualitas yang baik. Hadirnya 9K Swalayan di Pasir Putih tidak terlepas dari kesuksesan yang diperoleh melalui pendirian beberapa swalayan di wilayah Pekanbaru. Hal itu dikarenakan 9K swalayan memiliki sistem manajemen yang baik dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta dapat mengikuti trend yang ada.

Dalam melakukan aktivitas perusahaan, karyawan 9K Swalayan memiliki keahlian yang cukup baik dikarenakan pada saat proses perekrutan tenaga kerja melalui seleksi dan pelatihan agar dapat meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, menata produk, hingga melakukan promosi yang baik kepada pelanggan. Walaupun terbilang masih cukup baru berdiri di Pasir Putih tetapi 9K Swalayan sudah memiliki banyak pelanggan. Hal itu dikarenakan proses pengelolaan masing-masing struktur organisasi yang baik.

9K Swalayan menjual berbagai macam produk yang dibutuhkan konsumen, diantaranya bahan pokok rumah tangga, makanan dan minuman ringan, peralatan perkantoran, peralatan sekolah, peralatan rumah tangga, hingga kosmetik. Untuk mengenalkan berbagai jenis produk yang dijual di 9K Swalayan, pihak perusahaan melakukan promosi dan diskon untuk beberapa produk tertentu. Hal itu bertujuan agar konsumen tertarik untuk membeli barang yang dipajang.

Ada beberapa strategi yang dilakukan 9K Swalayan agar memiliki pelanggan setia. Salah satu yang dilakukan yaitu menawarkan kartu member

kepada setiap pelanggan yang melakukan pembelian. Tujuan dari pemberian kartu member ini yaitu agar pelanggan tetap berbelanja di 9K Swalayan untuk mengisi bonus poin yang dapat ditukar jika sudah memiliki banyak poin untuk ditukar ke barang tertentu. Strategi yang dilakukan selanjutnya yaitu melakukan diskon dan memberikan *reward* terhadap beberapa barang yang dijual pada hari tertentu seperti tahun baru dan hari raya idul fitri. Disamping dari strategi itu semua hal yang paling utama dilakukan perusahaan yaitu memberikan pelayanan terbaik untuk memberikan kepuasan dan kemudahan bagi setiap konsumen.

4.6. Jam Kerja

Pengaturan jam kerja yang baik dapat memberikan dampak yang baik untuk berjalannya suatu usaha. Strategi penempatan jam kerja dapat mempengaruhi tingkat efektivitas berjalannya suatu usaha. 9K Swalayan memiliki jam kerja dimulai dari jam 08.00-10.00 yang terdiri dari 2 shift.

Shift 1 = Pukul 08.00-03.00

Shift 2 = Pukul 03.00-10.00

Hari kerja yang diterapkan 9K Swalayan yaitu pada hari senin sampai dengan hari minggu.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan operasional variabel yang telah dipaparkan serta analisis data yang digunakan oleh penulis, maka dapat dipaparkan hasil penelitian sebagai berikut:

5.1.1 Perlengkapan dan Peralatan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa perlengkapan alat-alat yang ada di 9K Swalayan sudah cukup lengkap. Adapun salah satu fasilitas yang dilihat yaitu fasilitas penunjang pekerjaan. Fasilitas penunjang ini terdiri dari fasilitas kasir dan fasilitas pendukung operasional perusahaan. Adapun peralatan yang mendukung pekerjaan kasir diantaranya yaitu meja kasir, rak pajangan produk di meja kasir, komputer, dan berbagai peralatan pendukung lainnya yang mendukung berjalannya kegiatan di meja kasir. Dari macam-macam peralatan yang telah dipaparkan diatas maka dapat dideskripsikan ringkasan peralatannya sebagai berikut:

1. Meja Kasir : Dibuat dari bahan berupa kayu ataupun metal yang telah didesain khusus agar dapat ditempati komputer, mesin scan hingga menjadi tempat membayar pembelian.
2. Rak COC : Rak ini didesain khusus dalam bentuk kecil mengikuti ukuran meja kasir. Rak ini dibuat untuk memajang produk yang berukuran kecil seperti rokok, baterai, permen dan lain-lain.

3. Komputer : Komputer dan telah di lengkapi dengan mesin scan berfungsi untuk memonitor segala penjualan. Mulai dari segi harga dan mengeluarkan kwitasni pembelian.
4. Perengkapan lain-lain : yaitu perlengkapan yang diperlukan kasir untuk mendukung proses pembayaran oleh konsumen, diantaranya yaitu: peralatan tulis, stempel, dan beberapa tambahan lainnya yang dapat memberi kemudahan untuk keperluan kasir.

Disamping telah lengkapnya semua fasilitas pekerjaan pada 9K Swalayan, maka berdasarkan hasil observasi dapat dilihat bahwa fasilitas perlengkapan alat-alat fasilitas belanja pada 9K Swalayan juga sudah cukup lengkap. Adapun alat-alat yang disediakan oleh pihak 9K Swalayan yaitu troli dan keranjang. Troli yaitu keranjang yang memiliki roda dan didorong. Troli biasanya digunakan untuk belanja dalam porsi besar. Sedangkan keranjang yaitu tempat penyimpanan saat berbelanja dan pada umumnya ditentang dan berbahan plastik. Perlengkapan untuk menunjang kemudahan dalam berbelanja pada 9K Swalayan juga sudah telah lengkap diantaranya yaitu material untuk pengemasan barang yang terdiri dari karton ataupun kantong plasti untuk memudahkan pelanggan membawa produk yang telah dibeli.

5.1.2 Kapasitas Ruang

Ruang merupakan suatu tempat dari suatu aktivitas, dengan merencanakan terlebih dahulu fungsi dari masing-masing ruangan itu sendiri, dan merancang apa saja yang akan diletakkan didalamnya. Kapasitas ruangan pada pusat perbelanjaan 9K Swalayan dengan panjang 35 dan lebar 40 m sudah cukup luas. 9K Swalayan

menjadi swalayan terbesar di daerah Pasir Putih. 9K Swalayan memiliki luas lebar gudang penyimpanan produk sepanjang 5 m dengan panjang 35 meter mengikuti panjang swalayan.

Ruangan di 9K Swalayan terdiri dari tiga bagian kelompok utama, yaitu ruangan utama yang digunakan untuk kegiatan berbelanja, ruangan kepala cabang yaitu tempat khusus untuk kepala cabang, dan gudang untuk penyimpanan produk. Kelompok ruangan tersebut harus saling mendukung dan memiliki keterkaitan dengan fungsi masing-masing kelompok ruangan. Oleh sebab itu masing-masing fasilitas harus disusun menurut alur kegiatan aktivitas kerja ataupun keterkaitan produk. Namun pada kenyataannya masih ada beberapa ruangan ataupun fasilitas yang masih belum sesuai pada kaitannya atau korelasinya.

5.1.3 Aliran Informasi

Aliran informasi yaitu suatu arahan yang diberikan oleh Ritel kepada konsumen untuk lebih mudah mendapatkan produk yang mereka cari. Adapun alat yang digunakan sebagai aliran informasi yaitu dengan memberikan atribut nama kategori produk di atas setiap rak dengan digantungkan. Namun pada saat melakukan observasi, ada beberapa kategori produk yang tidak sesuai diletak pada rak dengan atribut pemberitahuan produk yang ada. Hal ini lah yang harus menjadi perbaikan untuk 9K Swalayan agar memposisikan peletakan produk sesuai dengan aliran informasi yang telah diberikan.

Penempatan karyawan pada beberapa tempat di dekat rak juga cenderung kurang. Karyawan ditempatkan hanya di beberapa area saja. Akibatnya ada

beberapa konsumen yang kebingungan mencari produk karena karyawan tidak ada yang dekat dengan lokasi pembeli untuk memberikan arahan. Aliran informasi yang baik menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menunjang keberlangsungan operasional suatu usaha.

5.1.4 Lingkungan

Lingkungan yang dimaksud pada kategori ritel yaitu suatu suasana tempat atau lokasi yang mempengaruhi keberlangsungan kegiatan usaha ritel. Salah satu yang sangat berpengaruh pada kegiatan usaha ritel yaitu suhu ruangan. Telah banyak diketahui salah satu alasan banyak orang lebih suka berbelanja di swalayan yaitu karena suhu udara yang sejuk. Hal itu karena masing-masing usaha Swalayan sudah dibekali dengan pengatur suhu ruangan yang sangat memadai. Pada 9K Swalayan pengatur suhu ruangan terdiri dari 10 Kipas angin yang ukuran besar dan 2 AC. Oleh sebab itu suhu ruangan yang ada pada 9K Swalayan sudah cukup baik dan sama dengan swalayan pada umumnya.

Untuk menunjang keberhasilan dalam membersihkan lingkungan swalayan, masing-masing pekerja yang bertugas membersihkan ruangan sudah dibekali dengan peralatan yang cukup baik. Diantaranya yaitu mesin penyedot debu, pel, sapu, dan beberapa pewangi untuk membersihkan lantai. Pada setiap sudut ruangan juga dipasang beberapa pewangi untuk menangkan datangnya bau yang dapat mengganggu suasana berbelanja pelanggan.

Untuk situasi lingkungan pada 9K Swalayan cukup bagus karena jauh dari kebisingan dan aktivitas padat kendaraan. Hal itu karena 9K Swalayan dibangun di tempat yang cukup jauh dari pemukiman padat penduduk dan arus padat lalu

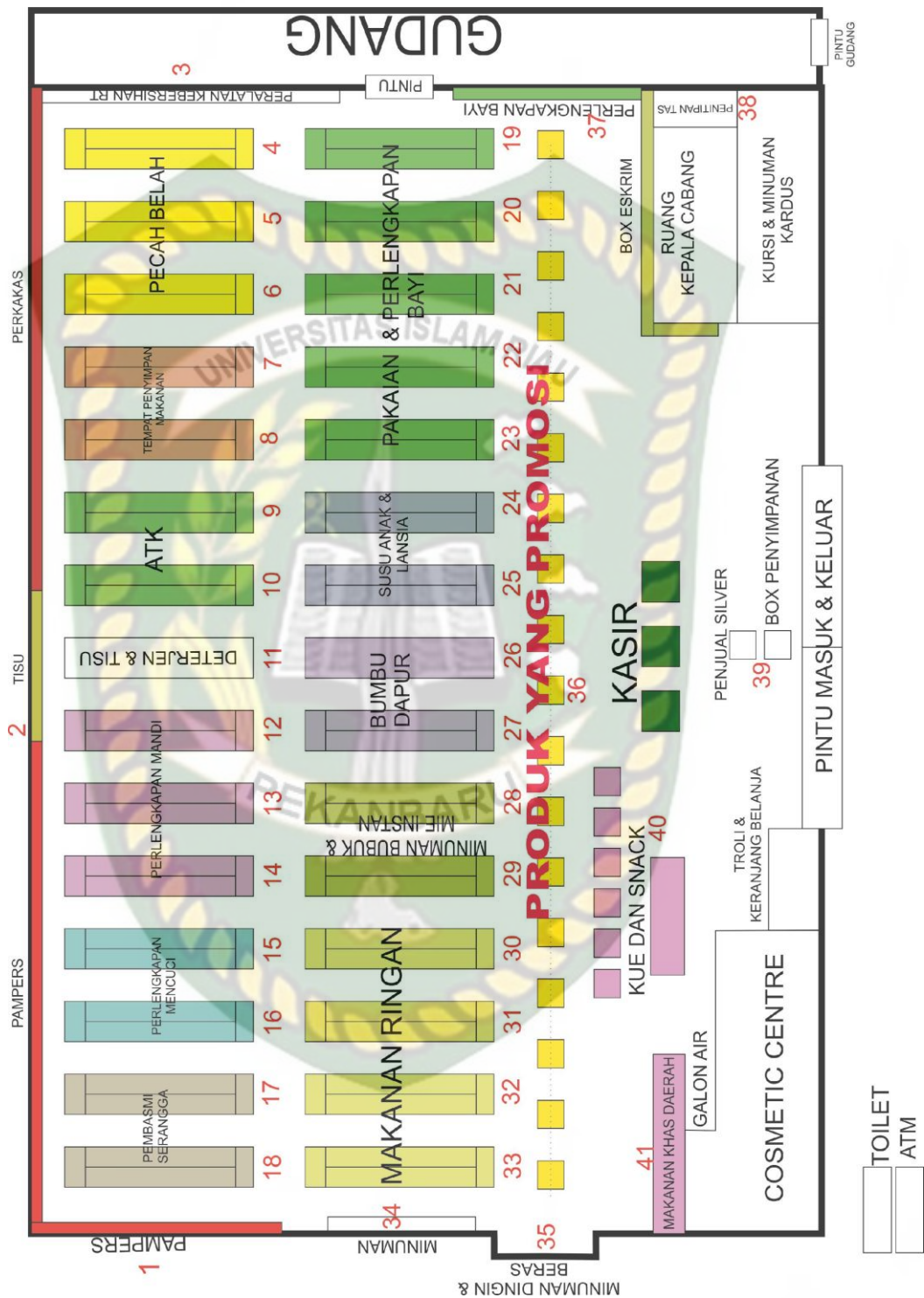
lintas. Oleh sebab itu masyarakat cukup nyaman untuk berbelanja di 9K Swalayan.

5.2 *Layout* Awal 9K Swalayan

Layout pada 9K Swalayan pertama kali diatur pada bulan februari tahun 2020 sekaligus masa awal pendirian 9K Swalayan. Menurut informasi yang diperoleh dari kepala cabang penempatan produk cenderung kadang berubah mengikuti pola trend produk yang sedang berlaku setiap saat. penempatan produk terkadang dirubah oleh pihak manajemen, namun tidak dalam skala besar. Hanya ada beberapa produk yang dipindah atau bertukar posisi.

Pada penempatan tata letak, ada beberapa fasilitas ruang yang tidak dapat dipindah. Penyebabnya yaitu karena ada ruangan yang sifatnya telah permanen. Apabila dipindah, maka akan merusak fasilitas yang telah dibangun tersebut. Seperti gudang, ruangan kepala gudang, dan lemari pendingin minuman. Hal itu karena tempat untuk fasilitas tersebut sudah dirancang khusus dan apabila dipindah seperti lemari pendingin, maka akan sulit mencari tempat stopkontak untuk mengalirkan listrik.

Berikut peneliti akan melampirkan tata letak yang didapat melalui observasi secara langsung ke 9K Swalayan. Tata letak ini bersifat aktual karena pada saat ini, tata letak ini dipakai pada kegiatan operasional perusahaan.



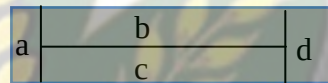
Gambar 5.1

Layout 9K Swalayan

Sumber : 9K Swalayan Pasir Putih 2021

Gambar diatas merupakan tata letak 9K Swalayan yang diperoleh melalui observasi langsung ke 9K Swalayan. Gambar tata letak yang diperoleh berdasarkan kondisi sebenarnya yang ada di 9K Swalayan.

9K Swalayan memiliki 42 rak yang terdiri dari beberapa rak besar dan kecil serta ada juga lemari kaca untuk penyimpanan kue yang mudah rusak. Berikut penjelasan jenis produk yang dipajang pada setiap rak:



→ Keterangan pembagian tempat dalam satu rak

Rak :

1. Pempers Bayi
2. Pampers dan Tisu, perkakas, lampu, kipas, dan perlengkapan alat dapur
3. Peralatan kebersihan rumah tangga, peralatan Kamar mandi, dan celengan anak.
4. Seluruh bagian diisi oleh Pecah belah
5. Seluruh bagian diisi oleh pecah belah
6. Seluruh bagian diisi oleh pecah belah
7. Pada bagian **a**; tempat sampah, dan bagian lainnya diisi tempat penyimpanan makanan
8. Seluruh rak diisi tempat penyimpanan makanan
9. Pada bagian **a**; tempat sampah, pada bagian **b**; alat pencetak kue, pada bagian **c**; alat tulis kantor dan perlengkapan ulang tahun, dan pada bagian **d**; alat pencetak kue

10. Pada bagian **a**; alat tulis kantor, pada bagian **b**; alat tulis kantor, pada bagian **c**; perawatan rambut dan parfum, dan pada bagian **d**; penutup makanan
11. Tisu dan datergen
12. Pada bagian **a**; sisir, pada bagian **b**; deodoran dan sabun pencuci wajah, pada bagian **c**; pembersih gigi, dan pada bagian **d**; sampo
13. Pada bagian **a**; sampo dan semir, pada bagian **b**; sampo, pada bagian **c**; perawat kulit, dan pada bagian **d**; deterjen
14. Pada bagian **a**; sabun mandi, pada bagian **b**; sabun mandi, pada bagian **c**; cairan pencuci piring dan pembersih lantai, pada bagian **d**; pembersih kulit
15. Pada bagian **a**; pembersih lantai, pada bagian **b**; cairan pembersih lantai dan, pada bagian **c**; deterjen, dan pada bagian **d**; cairan pembersih tangan
16. Pada bagian **a**; detergen, pada bagian **b**; detergen, pada bagian **c**; pemutih kain, pelicin kain dan penghilang bau, dan pada bagian **d**; cairan pembersih toilet
17. Pada bagian **a**; detergen, pada bagian **b**; pewangi pakaian, pada bagian **c**; obat nyamuk, pada bagian **d**; obat nyamuk
18. Pada bagian **a**; detergen, pada bagian **b**; makanan kucing, obat hama rumah tangga, pembersih kendaraan, pewangi ruangan, pada bagian **c**; pembalut, pada bagian **d**; tisu
19. Kereta dorong bayi

20. Pada bagian **a**; accesories, pada bagian **b,c, dan d**; perlengkapan bayi
21. Pada bagian **a**; baju anak-anak, pada bagian **b**; pakaian bayi, pada bagian **c**; sendal anak dan mantel hujan, pada bagian **d**; perlengkapan bayi
22. Pada bagian **a**; perlengkapan bayi, pada bagian **b**; pakaian dalam, pada bagian **c**; perlengkapan bayi, pada bagian **d**, perlengkapan bayi
23. Pada bagian **a**; perlengkapan bayi, pada bagian **b**; perlengkapan bayi, pada bagian **c**; susu anak-anak, pada bagian **d**; susu anak-anak
24. Pada bagian **a**; sereal, pada bagian **b**; susu anak-anak, pada bagian **c**; susu anak-anak, pada bagian **d**; makanan ringan
25. Pada bagian **a**; sereal, pada bagian **b**; makanan bayi, susu orang tua, susu ibu hamil, pada bagian **c**; madu, gula, susu, pada bagian **d**; susu anak
26. Tepung, telur, gula dan bahan kue
27. Pada bagian **a**; tepung, pada bagian **b**; bahan kue, pada bagian **c**; makanan kaleng, bumbu masak, pada bagian **d**; minuman botol
28. Pada bagian **a**; kerupuk goreng, pada bagian **b**; kecap, saos, pada bagian **c**; kerupuk, minyak goreng, pada bagian **d**; kopi
29. Pada bagian **a**; tepung, pada bagian **b**; mie instan, pada bagian **c**; kopi, dan pada bagian **d**; makanan cepat saji
30. Pada bagian **a**; makanan ringan, pada bagian **b**; teh, bubuk minuman rasa, makanan cepat saji, pada bagian **c**; makanan ringan, pada bagian **d**; mie instan

31. Pada bagian **a, b, c,** dan **d;** makanan ringan
32. Pada bagian **a, b, c,** dan **d;** makanan ringan
33. Pada bagian **a;** makanan ringan, pada bagian **b;** minuman susu, makanan ringan, pada bagian **c;** jeli, sirup, minuman botol, pada bagian **d;** minuman botol
34. Minuman botol
35. Minuman dingin, frozen food dan beras
36. Seluruh rak kecil dipakai untuk menempatkan produk yang memiliki diskon atau promo
37. Mainan anak
38. Susu bayi, lemari es, minuman kardus, kursi, meja dan sekaligus ada tempat penitipan tas
39. Penjual silver dan box penyimpanan
40. Seres, selai, bolu dan pot bunga disamping lemari makanan
41. Kerupuk khas daerah

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, dapat dilihat pada gambar dan informasi tata letak 9K Swalayan diatas bahwa penempatan produk pada 9K Swalayan masih ada yang belum tertata tidak pada tempatnya menurut jenis atau berdasarkan aliran aktivitasnya. Dari segi produk, banyaknya produk yang tidak tertata dengan rapi membuat para pengunjung sulit mencari produk yang dicari.

9K Swalayan memiliki 3 kasir dan terkadang jika pembeli cukup banyak akan memakai 4 kasir. Pada kasir ada beberapa produk juga yang ditempatkan

antara lain; permen, makanan ringan, masker dan alat cukur. Namun produk-produk yang dipajang di dekat kasir jumlahnya hanya sedikit.

9K Swalayan juga memiliki Cosmetic Centre yang menjual berbagai alat-alat kosmetik hingga baju-baju dan perlengkapan wanita. Cosmetic Centre ini sangat lengkap dan menawarkan beberapa produk diskon. Cosmetic Centre ini menjadi salah satu daya tarik yang ada pada 9K Swalayan. 9K Swalayan juga memiliki beberapa wahana bermain anak. Dapat dilihat ada anak-anak yang bermain mobil-mobilan yang bisa dinaiki langsung.

9K Swalayan juga memiliki tempat parkir yang sangat luas. Halaman depan sering dijadikan oleh anak-anak sebagai tempat bermain karna luasnya halaman yang disediakan 9K Swalayan. Didekat tempat parkir juga dapat ditemui ATM. Namun untuk saat ini ATM yang tersedia masih cukup terbatas karena hanya ada Bank Mandiri dan Bank BNI.

Pada 9K Swalayan terdapat dua jenis penjualan yang berbeda, yaitu cosmetic centre yang menjual khusus produk-produk kecantikan yang dimana kasir untuk penjualan ini berbeda dan bagian lainnya khusus menjual produk-produk Ritel pada umumnya. Adapun ukuran masing masing rak pada 9K Swalayan Pasir putih ini diantaranya yaitu:

Tinggi rak utama : 150 cm

Panjang rak utama : 730 cm

Lebar rak utama : 73 cm

Lebar lorong : 240 cm

Tinggi rak belakang : 200 cm

Panjang dan lebar rak promo : 100 cm

Lebar rak kaca : 40 cm

5.3 Jenis Tata Letak 9K Swalayan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan jenis tata letak yang diterapkan pada 9K Swalayan Pasir Putih adalah *Grid Store Layout*. Hal ini dapat dilihat dari bentuk tata letak yang penempatan produknya diletakkan dalam rak-rak yang berbaris berbentuk persegi panjang pada 9K Swalayan. Jenis tata letak ini termasuk dalam kategori tata letak tradisional karena tata letak jenis ini sangat umum digunakan dalam usaha ritel swalayan, hypermarket, minimarket dan beberapa jenis usaha ritel lainnya.

Pada tata letak jenis ini konsumen akan leluasa untuk menjelajahi setiap lorong rak untuk melihat berbagai produk. Penerapan tata letak ini diterapkan pada 9K Swalayan karena memiliki produk yang cukup beragam. Hal ini pun menjadi salah satu alasan 9K Swalayan menerapkan jenis tata letak *Grid Store Layout*. Pada penerapan tata letak jenis *Grid Store Layout* umumnya berbagai jenis produk yang sejenis akan diletak dalam rak yang sama. Adapun alasan banyaknya usaha ritel menerapkan *layout* jenis ini yaitu karena tidak membutuhkan biaya yang banyak, mudah dalam pengelompokan produk, dan produk yang dijual akan lebih mudah untuk dijangkau oleh konsumen.

Penempatan produk pada 9K Swalayan ditentukan dengan mengelompokkan produk produk yang sejenis serta memiliki manfaat yang sama. Hal ini bertujuan untuk membantu konsumen lebih mudah untuk mencari produk yang akan mereka cari. Pada bagian depan bagian rak diisi dengan berbagai

macam produk yang memiliki diskon ataupun promo. Hal ini bertujuan agar konsumen lebih mudah melihat produk-produk yang sedang di diskon pada saat pertama kali masuk ke toko.

Rancangan tata letak yang diterapkan pada 9K Swalayan harus dapat memberi pengaruh yang positif bagi konsumen. Oleh karena itu menurut pimpinan cabang 9K Swalayan pasir putih mengatakan bahwa penempatan produk dapat berubah sewaktu-waktu agar penempatan produk tidak terlihat membosankan. Tetapi perubahan ini dilakukan tidak terlalu sering karena juga akan dapat membuat pelanggan menjadi tidak nyaman.

5.4 Alur Kerja atau Kegiatan yang ada pada 9K Swalayan

Pada 9K Swalayan terdapat banyak aktivitas yang terjadi. Alur kegiatan yang terjadi tersebut bisa menjadi acuan untuk menetapkan dan menyusun tata letak yang baik bagi 9K Swalayan. Adapun jenis kegiatan yang terjadi pada 9K Swalayan yaitu kegiatan alur kerja pihak perusahaan dan kegiatan pembelian atau alur pembelian dari konsumen.

Pada kegiatan yang alur kerja 9K Swalayan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepala cabang 9K Swalayan pak Dino menjelaskan tahapan masuknya produk ke gudang hingga di tempatkan ke rak penjualan. Adapun tahap masuknya produk hingga penempatan ke rak yaitu:

1. Produk datang ke 9K Swalayan dimana sebelum di serahkan ke gudang kepala cabang memeriksa barang yang datang.
2. Setelah itu beberapa karyawan 9K Swalayan memindahkan produk ke gudang melalui pintu depan.

3. Seluruh produk yang masuk dan keluar di catat oleh sekretaris.
4. Pramuniaga akan memeriksa ketersediaan setiap produk di rak penjualan.
5. Jika ada produk yang kurang atau habis pada rak, maka pramuniaga akan mengambil persediaan produk dari dalam gudang untuk dipajang kembali.
6. Pramuniaga diposisikan di beberapa tempat untuk membantu konsumen yang butuh bantuan.

Setelah menjelaskan kegiatan alur kerja, berikut adalah kegiatan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada Swalayan pada umumnya. Kegiatan pembelian yang dilakukan konsumen pada umumnya sama, oleh karena itu peneliti mengambil kegiatan pada umumnya agar dapat menjadi acuan membuat penempatan tata letak yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

1. Konsumen datang ke tempat parkir.
2. Kemudian pada saat ingin memasuki toko, konsumen terlebih dulu mencari tempat penitipan barang. Karena pada umumnya swalayan tidak mengizinkan konsumen membawa tas.
3. Setelah menitipkan tas konsumen akan mencari troli atau keranjang belanja yang berguna sebagai tempat meletakkan produk yang ingin dibeli.
4. Konsumen akan mencari produk yang ingin dibeli melalui bantuan informasi dari pramuniaga yang ada di swalayan ataupun melalui

atribut penunjuk produk yang disediakan manajemen swalayan di setiap rak.

5. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan melakukan pembayaran ke kasir.
6. Setelah melakukan pembayaran maka konsumen mengambil tas (jika ada) dan meminta pramuniaga mengantar sampai ke parkir untuk membantu membawa produk jika membeli banyak produk dan sekaligus mengembalikan troli yang dibawa konsumen.

Alur kerja dan aktivitas yang dilakukan karyawan maupun pembeli yang telah disimpulkan diatas dapat digunakan menjadi acuan dalam menetapkan tata letak yang efektif untuk tata letak 9K Swalayan.

5.5 Analisis Activity Relationship Chart (ARC)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode ARC. Metode ARC yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis dan membandingkan tata letak ruangan atau aktivitas dalam usaha ritel dengan berdasarkan penilaian kualitatif dimana hasil akhirnya akan digambarkan dengan diagram *Activity Relationship*. Pada penggunaanya akan digunakan tolak ukur dengan menggunakan kode huruf:

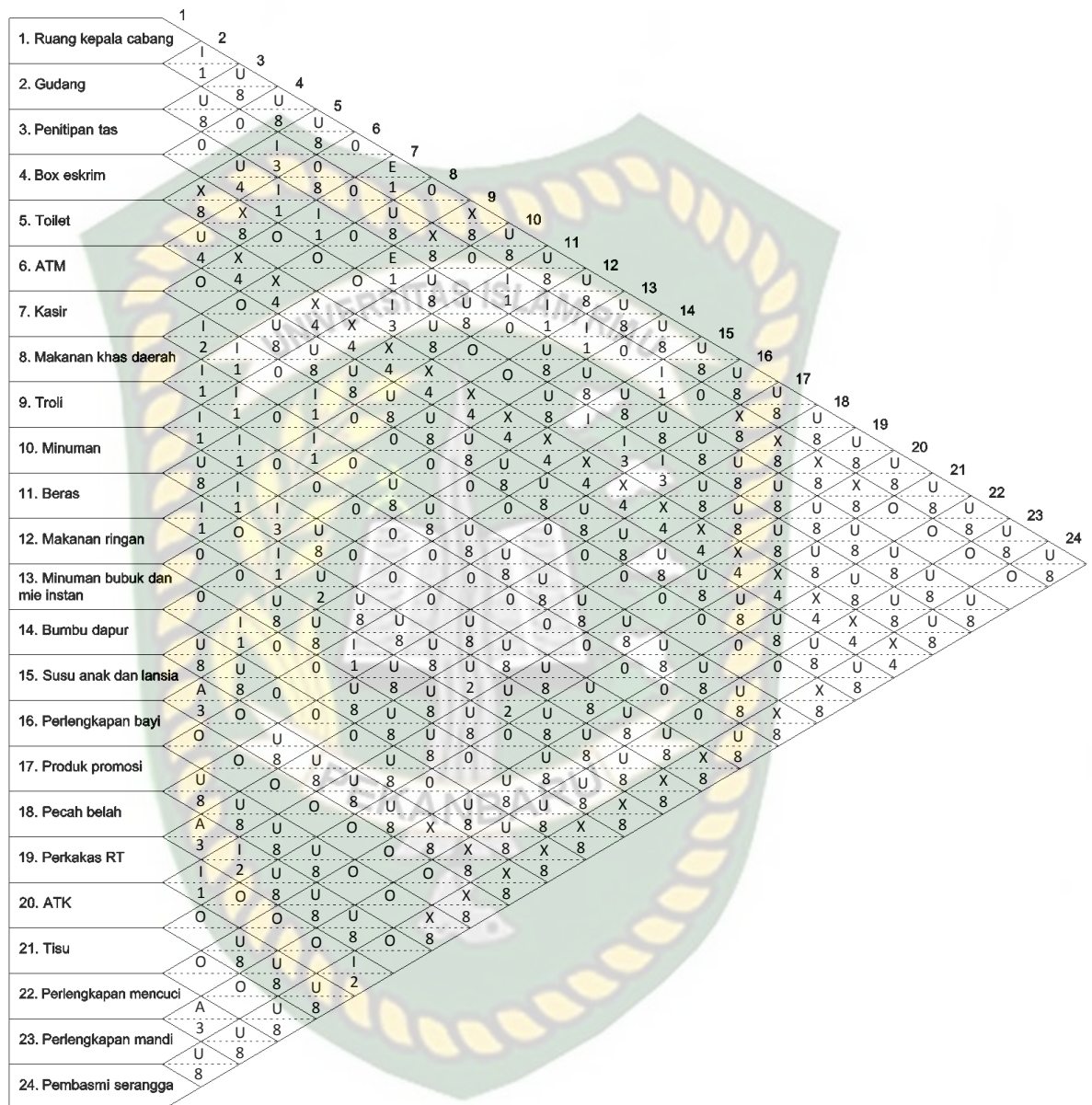
- A = Mutlak untuk didekatkan
- E = Sangat penting berdekatan
- I = Penting berdekatan
- O = Cukup/biasa untuk didekatkan
- U = Tidak penting untuk berdekatan
- X = tidak diinginkan untuk berdekatan

Kemudian, melalui hasil obeservasi yang telah dilakukan akan dilakukan pembuatan diagram ARC. Diagram ARC berguna untuk memberikan informasi mengenai hubungan aktivitas atau keterkaitan antar produk yang ada. Perlu diketahui bahwa ada beberapa jenis produk ataupun posisi fasilitas yang yang tidak diikut sertakan karena produk tersebut sifatnya memang tidak dapat dipindah atau bersifat permanen.

Adapun beberapa alasan terkait yang dengan hubungan kedekatan antar bagian fasilitas yaitu:

1. Urutan aliran kerja
2. Urutan aliran informasi
3. Membutuhkan area yang sama
4. Kemungkinan adanya bau dan kebisingan
5. Peralatan kerja yang sama
6. Penggunaan catatan bersama
7. Barang perlu penanganan khusus
8. Tidak ada keterkaitan

Setelah mengetahui beberapa alasan dan keinginan dari pihak manajemen yang berperan dalam hubungan kedekatan tata letak masing-masing fasilitas, maka selanjutnya peneliti membuat diagram hubungan aktifitas dari hasil obervasi yang telah dilakukan sebagai berikut.



Gambar 5.2

Tentang Activity Relationship Chart (ARC)

Sumber: Data olahan Autocad 2021

5.6 Tabel Worksheet ARC

Setelah membuat diagram *Activity Relationship* maka selanjutnya adalah mengisi tabel worksheet yang diperoleh dari informasi berdasarkan hubungan aktivitas diagram ARC pada 9K Swalayan. Berikut adalah tabel Worksheet usulan perbaikan pada 9K Swalayan:

Tabel 5.1
Pemaparan lembar kerja hasil ARC

NO	Ruang	Derajat Kedekatan					
		A	E	I	O	U	X
1	R. Kepala Cabang			2	6,7,8	3,4,5,10,11 ,12,13,14, 15,16,17,18,19,20,21 ,22,23,24	9
2	Gudang			1,5,7, 10,11, 12,13, 15,	4,6,14, 16,21,22 ,23,24	3,8	9,17,18,19, 20
3	Penitipan tas		9	6,7	4,8,12	1,2,5,10,11 ,12,14,15 ,16,17,18, 19,20,21,22 ,23,24	
4	Box eskrim			10,15, 16,17	2,3,7,8, 9,12,13	1,11,14,18 ,19,20,21, 22,23,24	5,6
5	Toilet			2		1,3,6,1	4,7,8,9,10,11 ,12,13,14, 15,16,17,18 ,19,20,21,22 ,23,24
6	ATM			3	1,2,7,8	5,9,10,11, 12,13,14,15 ,16,17,18 ,19,20,21, 22,23,24	4
7	Kasir			2,3,8, 9,11	1,4,6,10 ,12,13		5,24

NO	Ruang	Derajat Kedekatan					
		A	E	I	O	U	X
					,14,15, 16,17,1 8,19,20 ,21,22, 23		
8	Makanan khas daerah			7,9,10 ,12	1,3,4,6, 11,13	2,14,15,16 ,17,18,19, 20,21,22,2 3	5,24
9	Troli		3	7,8,10 ,11	4,12,13 ,14,15, 16,17,1 8,19,20 ,21,22, 23	6,24	1,2,5
10	Minuman			2,4,8, 9,12,1 3,	7,15,16 ,17	1,3,6,11,1 4,18,19,20 ,21,22,23	5,24
11	Beras			2,7,9, 12,14	8,13	1,3,4,6,10, 15,16,17,1 8,19,20,21 ,22,23	5,24
12	Makanan Ringan			2,8,10 ,11,17	3,4,7,9, 13,14,2 1	1,6,15,16, 18,19,20 ,22,23	5,24
13	Minuman bubuk dan mie instan			2,15,1 0	4,7,8,9, 11,12,1 4,16,17 ,21	1,3,6,18,1 9,20,22,23	5,24
14	Bumbu Dapur			11	2,7,9,1 2,13,17 ,18,19, 21	1,3,4,6,8,1 0,15,16,20 ,22,23	5,24
15	Susu anak dan lansia	16		2,4,13	7,9,10, 17	1,3,6,8,11, 12,14,18,1 9,20,21	5,22,23,24
16	Perlengkapan bayi	15		4	2,7,9,1 0,13,17 ,18,19, 20,21,2 2,23	1,3,6,8,11, 12,14	5,24
17	Produk			4,12	7,9,10,	1,3,6,8,11,	2,5

NO	Ruang	Derajat Kedekatan					
		A	E	I	O	U	X
	promosi				13,14,15,16,22,23	18,19,20,21	
18	Pecah Belah	19		20	7,9,14,16,24	1,3,4,6,8,10,11,12,13,15,17,21,22,23	2,5
19	Perkakas RT	18		20,24	7,9,14,16,21,22,23	1,3,4,6,8,10,11,12,13,15,17	2,5
20	ATK			18,19	7,9,16,21	1,3,4,6,8,10,11,12,13,14,15,17,22,23,24	2,5
21	Tisu				2,7,9,12,13,14,16,19,20,22,23	1,3,4,6,8,10,11,15,17,18,24	5
22	Perlengkapan Mencuci	23			2,7,9,16,17,19,21	1,3,4,6,8,10,11,12,123,14,18,20,24	5,15
23	Perlengkapan mandi	22			2,7,9,16,17,19,21	1,3,4,6,8,10,11,12,13,14,18,20,24	5,15
24	Pembasmi Serangga			19	2,18,	1,3,4,6,9,20,21,22,23	5,7,8,10,11,12,13,14,15,16,17,

Sumber : Data Olahan Lembar Kerja (Worksheet) ARC Perbaikan (Tahun2021)

Dari hasil tabel worksheet diatas merupakan penjabaran hubungan fasilitas yang saling berkaitan. Pada tabel dapat dilihat bahwa terdapat fasilitas yang mutlak untuk didekatkan, sangat penting untuk didekatkan, penting untuk

berdekatan, cukup/biasa untuk didekatkan, tidak penting untuk berdekatan, tidak diinginkan untuk berdekatan.

Berdasarkan simpulan dari tabel worksheet diatas dapat dilihat terdapat fasilitas yang mutlak untuk didekatkan. Salah satu fasilitas yang mutlak untuk didekatkan yaitu fasilitas nomor lima belas susu anak dan fasilitas nomor enam belas perlengkapan bayi. Penyebab kedua fasilitas ini harus saling berdekatan yaitu karena urutan aliran kerja dan memiliki target anak-anak dan balita.

Fasilitas yang mutlak untuk didekatkan selanjutnya yaitu fasilitas nomor delapan belas perkakas rumah tangga dan nomor sembilan belas fasilitas pecah belah. Hubungan aktivitas kedua fasilitas ini mutlak untuk didekatkan karena urutan aliran kerja dan target penjualan. Fasilitas selanjutnya yang mutlak untuk didekatkan selanjutnya yaitu fasilitas nomor dua puluh dua perlengkapan mencuci dan fasilitas nomor dua puluh tiga perlengkapan mandi. Kedua fasilitas ini memiliki kaitan yang sangat erat karena merupakan sama-sama perlengkapan untuk kamar mandi.

Hasil dari *worksheet* diatas beberapa rak memiliki hubungan yang penting untuk berdekatan. Diantaranya yaitu pada rak satu ruangan kepala cabang dan rak nomor dua gudang. Kedua rak ini memiliki aliran kerja yang seharusnya berdekatan untuk menghemat dan memberikan efisiensi waktu kepada kepala gudang untuk memantau setiap persediaan produk dan produk yang masuk. Fasilitas selanjutnya yang memiliki kaitan yang penting untuk berdekatan yaitu fasilitas gudang dengan toilet, gudang dengan kasir, gudang dengan minuman, gudang dengan beras, gudang dengan makanan ringan, gudang dengan makanan

ringa, gudang dengan minuman bubuk dan mie instan serta gudang dengan susu anak dan lansia serta dapat dilihat masih banyak fasilitas pada tabel *worksheet*. Fasilitas tersebut penting untuk berdekatan karena aliran hubungan aliran kerja.

Berdasarkan hasil *worksheet* dapat dilihat juga terdapat fasilitas yang cukup/biasa untuk berdekatan. Jadi apabila fasilitas-fasilitas tersebut berdekatan ataupun tidak berdekatan, tidak menjadi masalah yang serius untuk pembeli ataupun karyawan. Alasan yang biasanya yang mendasari fasilitas-fasilitas tersebut biasa untuk didekatkan karena tidak memiliki kaitan.

Hasil tabel *worksheet* terdapat juga fasilitas yang tidak penting untuk didekatkan dan terdapat fasilitas yang harus tidak saling berdekatan. Alasan fasilitas yang tidak penting untuk berdekatan yaitu karena fasilitas tersebut tidak memiliki kaitan dan alasan fasilitas tidak diinginkan untuk berdekatan yaitu karena tidak ada kaitan dan fasilitas ada yang harus ditangani khusus serta ada fasilitas yang dapat menimbulkan bau. Fasilitas yang banyak mendapat penilaian X yaitu toilet dan pembasmi serangga. Kedua fasilitas ini dapat mengeluarkan bau yang bisa mengganggu kenyamanan pembeli dan bahkan dapat mempengaruhi keadaan fasilitas yang terdapat makanan.

Adapun diagram yang sangat penting untuk didekatkan yaitu fasilitas nomor tiga penitipan tas dengan troli. Salah satu alasan yang mendasari hubungan kedekatan untuk kedua fasilitas ini berdekatan yaitu aliran kerja dan membutuhkan area yang sama. Pada saat konsumen datang dari pintu awal swalayan umumnya konsumen akan menuju tempat penitipan tas sebelum mulai

berbelanja, dan setelah itu konsumen akan langsung mencari troli mulai untuk berbelanja.

Data worksheet ARC diperoleh melalui hasil observasi yang dilakukan peneliti ke 9K Swalayan langsung berdasarkan alur kerja dan pengelompokan beberapa macam produk secara umum. Berdasarkan data worksheet tersebut maka peneliti akan membuat usulan tata letak agar penempatan ruang ataupun rak dapat membantu berjalannya kegiatan 9K Swalayan secara efektif.

5.7 Perbandingan Jarak dan Ukuran Fasilitas

Perbandingan ini dilakukan untuk mendapatkan usulan penggunaan fasilitas yang baik untuk diterapkan di usaha ritel. Dimana perbandingan ini berdasarkan ukuran standar umum yang telah diterapkan pada usaha ritel di Indonesia. Beberapa fasilitas yang harus diperhatikan berdasarkan ukuran pada umumnya adalah Rak, dan jarak lorong.

Tabel 5.2
Perbandingan ukuran

Fasilitas	Ukuran	Ukuran Seharusnya
Tinggi rak	150 cm	200 cm
Panjang Rak	730 cm	Kondisional
Lebar rak	73 cm	90 cm
Lorong	150 cm	150 cm

Dari tabel diatas dapat diketahui standar ukuran yang seharusnya diterapkan 9K Swalayan. Dari informasi tabel diatas dapat dilihat bahwa penggunaan ukuran fasilitas yang digunakan sebenarnya sudah cukup tepat, hanya lebar rak dan tinggi yang perlu diubah untuk mengoptimalkan fasilitas yang ada

di 9K Swalayan. Tinggi rak yang digunakan pada umumnya sangat tetap diterapkan pada 9K Swalayan, agar memanfaatkan ruangan yang ada untuk menambah produk yang ingin dijual. Dengan begitu, pihak manajemen bisa menambah pembelian produk dengan merek yang lebih banyak untuk dapat bersaing dengan usaha ritel yang sejenis.

5.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah mengisi worksheet ARC melalui pengamatan dan analisa, dari hasil yang diperoleh perlunya melakukan beberapa perbaikan penempatan fasilitas ataupun ruangan 9K Swalayan demi kelancaran dan keefektifan berjalannya kegiatan yang ada pada 9K Swalayan dengan memperhatikan aktivitas hubungan kerja ataupun kaitan produk.

Tata letak usulan dibawah yaitu representasi dari semua tahapan *Activity Relationship Chart* sehingga didapatkan hasil tata letak usulan yang dapat digunakan. Tata letak dbawah terbentuk dari hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menganalisis hubungan keterdekatan antar fasilitas yang terdapat dalam toko berdasarkan teori dan pertimbangan yang telah dilakukan berdasarkan aktivitas kerja serta keterkatan produk. Usulan tata letak dibawah dibuat agar karyawan dapat bekerja lebih optimal dan efektif serta pembeli dapat mencari produk yang dicari dengan lebih mudah.



Sumber : Data olahan 2021

Bagian rak yang paling banyak untuk dijauhkan dari rak lainnya yaitu rak hama hewan. Hal itu karena pada umumnya obat hama mengeluarkan bau yang dapat memberikan pengaruh yang tidak baik kepada rak yang diletakkan makanan. Oleh sebab itu rak hama harus khusus di didekatkan dengan produk perlengkapan ataupun peralatan.

Pada umumnya dapat diperhatikan pada setiap usaha ritel, hampir semua ritel menempatkan produk yang beracun diletak di bagian rak belakang ataupun rak khusus dan berjauhan dari makanan. Dari informasi yang peneliti peroleh dari kepala cabang 9K Swalayan mengapa rak yang ditempati racun hama serangga diletak dibagian belakang yaitu karena didalam pikiran pelanggan pada umumnya meskipun racun hama tersebut dikemas sebaik mungkin, masih ada kemungkinan racun tersebut membawa hal buruk yang dapat mempengaruhi kualitas makanan itu sendiri. Hal tersebut yang menjadi dasar para pemilik usaha selalu meletakkan racun hama berada dibelakang yang jauh dari bagian jenis makanan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, rak yang mengandung makanan pada 9K Swalayan harus didekatkan. Rak yang terdapat makanan pada umumnya selalu didekatkan karena memiliki hubungan yang sama dan konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari produk yang diinginkan. Rak makanan tidak disarankan untuk diletak berjauhan, karena berdasarkan aliran informasi konsumen akan lebih mudah mencari jenis produk yang mereka inginkan. Rak makanan dan rak bumbu juga diletak dengan posisi yang tidak berjauhan. Karena berdasarkan hubungan keterkaitan, kedua jenis produk ini memiliki kesamaan untuk dikonsumsi.

Penempatan tata letak harus memperhatikan sifat dari masing-masing produk yang ada pada rak tersebut. Produk yang memiliki sifat berupa benda padat ditempatkan berdekatan berdasarkan hubungan keterkaitan dan perilaku pembelian konsumen, seperti peralatan rumah tangga, alat tulis kantor, dan pakaian. Setelah penempatan produk yang mengandung peralatan dan perlengkapan rumah tangga maka rak tersebut didekatkan dengan rak-rak yang terdapat perlengkapan mandi dan mencuci, seperti sabun, sampo, dan pembersih wajah ataupun jenis produk untuk kecantikan.

Penempatan fasilitas yang harus dipindah dari posisinya yaitu penempatan penitipan tas. Alasan yang menjadi dasar mengapa ruangan kepala cabang dipisah dari penitipan tas yaitu karena dapat mengganggu suasana kerja dari kepala cabang. Penempatan penitipan tas yang paling baik yaitu didekat troli atau keranjang belanja. Hal itu karena kedua fasilitas tersebut memiliki korelasi yang sangat erat yang tampak pada kebutuhan awal masuk hingga mau keluar toko.

Rak yang sifatnya makanan pada umumnya ditempatkan di rak yang berdekatan. Hal ini karena korelasi antar produk. Korelasi yang dimaksud yaitu produk makanan saling terkait satu sama lain. Apabila konsumen ingin membeli suatu produk, maka mereka cenderung membeli produk makanan yang lain yang memiliki kesamaan ataupun produk substitusi.

9K Swalayan memiliki perlengkapan yang sudah sangat lengkap, mulai dari pendingin hingga pewangi ruangan. Jadi keadaan suhu pada lingkungan dalam 9K Swalayan cukup terjaga dengan fasilitas sepuluh kipas angin berukuran besar yang berada pada beberapa titik bagian atas 9K Swalayan. Kapasitas yang

9K Swalayan juga cukup besar dapat dilihat dari lorong 9K Swalayan yang begitu luas dan berbeda dari ritel di Pekanbaru pada umumnya. Namun hal yang juga dapat mempengaruhi kinerja 9K Swalayan yaitu penempatan pramuniaga di beberapa sudut tempat untuk membantu konsumen. Hal ini penulis temukan saat observasi langsung yang mana pada saat itu banyak pelanggan kebingungan dan kesulitan mencari pramuniaga untuk mengarahkan karena tidak ada di dekat konsumen.

Tata letak yang diterapkan oleh 9K Swalayan saat ini masih kurang optimal. Hal ini dapat dilihat pada hasil penyebaran lembar observasi yang dilakukan oleh peneliti dari 25 orang yang terdiri dari 5 karyawan dan 20 orang konsumen. Berikut adalah tabel kesimpulan dari lembar observasi yang dikelompokkan berdasarkan jumlah responden.

Tabel 5.3
Rincian lembar observasi

NO	Pertanyaan Observasi	SANGAT BAIK	BAIK	KURANG	BURUK
1	Penempatan Fasilitas kerja telah sesuai alur kerja	18	3	4	
2	Jarak lorong rak	21	4		
3	Penempatan fasilitas belanja	5	17	3	
4	Tinggi dan lebar rak	13	10	2	
5	Lebar lorong rak	21	3	1	
6	Sirkulasi udara	10	12	2	1
7	Kemudahan akses informasi dari atribut pemberitahuan untuk mencari produk	5	5	12	3
8	Kemudahan alur komunikasi antara pembeli dengan pihak toko	6	6	9	4
9	Produk tertata sesuai	6	7	10	2

	dengan jenisnya				
10	Penempatan pewangi ruangan	11	13	1	

Sumber: Data olahan

Berdasarkan hasil tabel dari lembar observasi diatas yang telah digabungkan menjadi satu tabel, dapat dilihat ada beberapa pertanyaan yang mendapatkan penilaian yang tidak baik. Dari pertanyaan pertama yaitu memiliki 21 responden yang menyatakan bahwa penempatan fasilitas kerja telah sesuai pada alur kerjanya. Pertanyaan kedua mayoritas responden menyatakan bahwa jarak antar produk yang berkaitan sudah sangat baik.

Pada pertanyaan ketiga, respon pengunjung juga terbilang cukup baik. Hal itu dapat dilihat bahwa 22 orang responden menyatakan bahwa penempatan fasilitas belanja telah sesuai pada tempatnya. Pada pertanyaan nomor empat, jawaban konsumen terlihat cukup puas dengan tinggi dan lebar rak. Begitu juga pada pertanyaan nomor lima mayoritas responden menyatakan bahwa jarak lorong rak sudah tepat. Mengacu pada ukuran standar umum ukuran lorong pada swalayan menyatakan ukuran lorong pada umumnya adalah 150 cm. Ukuran lorong didesain khusus agar bisa dilewati oleh 2 troli jika berpapasan. Keadaan aktual lorong rak 9K swalayan saat ini yaitu 150 cm dan itu telah sesuai mengikuti standar ukuran lorong rak pada umumnya.

Pada pertanyaan nomor enam mayoritas konsumen menyatakan bahwa sirkulasi udara di 9K Swalayan sudah cukup baik. Hal itu didukung oleh penempatan kipas angin besar dan beberapa AC di beberapa tempat untuk mendukung kenyamanan pembeli. Pertanyaan nomor tujuh dan delapan memiliki

respon yang kurang baik. Mayoritas responden menyatakan bahwa kemudahan akses informasi dan komunikasi pada 9K Swalayan masih kurang baik. Oleh sebab itu, pihak manajemen harus membenahi setiap aliran informasi mulai dari atribut penunjuk arah ataupun produk bahkan penempatan beberapa karyawan di tempat tertentu untuk membantu konsumen jika ada yang kebingungan mencari produk.

Pada pertanyaan kesembilan, banyak konsumen yang memberikan respon yang kurang baik. Dapat dilihat dari hasil observasi peneliti bahwa memang beberapa produk ditempatkan tidak sesuai dengan jenisnya. Ada beberapa produk yang bercampur dalam satu rak yang mana informasi pada atribut penunjuk arah berbedan dengan kenyataan pada rak. Oleh sebab itu, perlu perubahan lebih baik lagi dalam menata produk dengan memperhatikan korelasi ataupun jenis produk yang dipajang.

Pada pertanyaan terakhir, mayoritas responden menyatakan bahwa pewangi ruangan sudah baik. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang terlihat bahwa ada beberapa tempat diletakkannya pewangi untuk menghilangkan bau. Disamping itu, 9K Swalayan juga jauh dari pemukiman padat penduduk dan arus lalu lintas yang padat. Hal itu juga mempengaruhi kualitas udara di 9K Swalayan menjadi baik dan terhindari dari bau yang dapat mengurangi kenyamanan.

Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dra. Apriatni yang berjudul analisis tata letak ADA Swalayan setia

budi kota semarang dan juga penelitian yang dilakukan oleh Lia Nuraini, dan rono kusumasmoro yang berjudul tata letak Farmers Grand Metropolitan Mall Bekasi.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil analisis dari hasil penelitian dan observasi dengan judul “Efektivitas tata letak 9K Swalayan Pasir Putih” peneliti menggunakan metode *Activity Relations Chart* maka peneliti dapat memberikan kesimpulan berdasarkan fokus penelitian yaitu:

- a. Dimensi yang menjadi fokus utama pada penelitian ini yaitu perlengkapan, kapasitas ruang, aliran informasi, dan lingkungan. Dari keempat dimensi tersebut tiga diantaranya dapat dikatakan sudah efektif. Namun terdapat satu dimensi yang masing kurang efektif berdasarkan hasil observasi peneliti ke 9K Swalayan. Dimensi tersebut adalah aliran informasi. Pada rak minimnya pemberitahuan produk yang diletak di rak tersebut. Hal itu dapat mempersulit konsumen mencari produk yang akan dibeli. Pramuniga juga tidak berada di beberapa tempat untuk mengarahkan konsumen apabila kebingungan saat mencari produk.
- b. Hasil dari olahan data *Activity Relationship Chart* terdapat fasilitas yang masih belum tepat penempatannya. Terdapat fasilitas yang belum efektif penempatannya karena fasilitas tersebut harus dijauhkan penempatannya dan ada juga yang harus berdekatan. Ada fasilitas yang harus berdekatan karena satu aliran kerja dan ada fasilitas rak yang didekatkan karena memiliki produk yang berhubungan. Adapun

fasilitas yang harus saling dijauhkan yaitu karena terdapat fasilitas yang tidak berkaitan dan terdapat fasilitas yang seharusnya dijauhkan karena memiliki bau yang dapat mempengaruhi keadaan fasilitas disekitarnya.

- c. Berdasarkan tanggapan responden dari lembar observasi yang disebar oleh peneliti terdapat tiga hal yang mendapat respon yang tidak baik. Diantaranya kemudahan akses informasi dari atribut pemberitahuan untuk mencari produk, kemudahan alur komunikasi antara pembeli dan pihak toko, serta produk yang tertata. Akses informasi sulit didapat karena konsumen harus pergi ke arah kasir untuk mencari pramuniaga jika membutuhkan bantuan. Alur komunikasi pada atribut pemberitahuan produk yang ada pada rak masih kurang. Terdapat rak yang tidak memiliki informasi pemberitahuan produk. Pada susunan produk yang tertata pada rak, masih banyak ditemui produk yang diletak tidak pada jenisnya. Terdapat produk yang dicampur dengan produk yang tidak memiliki kaitan sama sekali.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada Bab V, peneliti dapat memberikan saran dengan harapan dapat berguna dan dimanfaatkan oleh pihak pengelola 9K Swalayan dan pihak lainnya. Saran tersebut diantaranya yaitu:

- a. Dari dimensi yang telah dibahas, terdapat dimensi yang masih kurang efektif. Dimensi tersebut adalah aliran informasi. Pihak pengelola hendaknya lebih memperhatikan aliran informasi yaitu dengan memberikan atribut penunjuk produk di setiap rak, dan menempatkan

beberapa pramuniaga pada berbagai sudut ruangan untuk membantu konsumen jika dibutuhkan.

- b. Berdasarkan hasil olahan *Activity Relationship Chart*, pihak pengelola hendaknya lebih memperhatikan penempatan fasilitas yang saling berkaitan maupun yang tidak memiliki kaitan sama sekali. Terdapat fasilitas yang harus berdekatan karena kaitan kerja dan produk yang sejenis dan memiliki kaitan. Selain itu terdapat fasilitas yang seharusnya tidak berdekatan karena tidak memiliki kaitan kerja dan produk.
- c. Berdasarkan tanggapan responden terdapat tiga hal yang mendapat respon yang tidak baik. Tanggapan tersebut hendaknya diproses oleh pihak pengelola untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Karena tujuan utama berdirinya usaha ritel yaitu untuk memberikan rasa puas kepada konsumen. Oleh sebab itu pihak pengelola sebaiknya memaksimalkan pelayanan yang ada agar perusahaan dapat berjalan secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2012. *Manajemen Ritel : Panduan lengkap pengelolaan toko modera*. Jakarta : Edisi Pertama, PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Apriatni. 2015. *Analisis Tata Letak Pada Ada Swalayan Setia Budi Kota Semarang*. Jurnal Administrasi Bisnis. 4(1): 45-54.
- Ariani, D. Wahyu. 2011. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2010. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Arifianti, Ria. 2016. *Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel*. Jurnal AdBispreneur. 3 (1): 251-258.
- Berman, Barry dan Joel R. Evans, 2010. *Retail Management: A Strategic. Approach*. Prentice Hall, New Jersey.
- Cill, Ibrahim. 2012. *Consumption universes based supermarket layout through association rule mining and multidimensional scaling*. Elsevier Ltd. 39(2012): 8611-8625.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operations Management-Manajemen Operasi*. Edisi 7 Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2015. *Manajemen Operasi*. Salemba empat: Jakarta.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operations Management-Manajemen Operasi*. Edisi 9 Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Li, Chen. 2010. *A Facility Layout Design Methodology For Retail Enviroments*. Pennsylvania. Dissertation Of Swanson School Of Engineering Pittsburg University.
- Lumban Gaol, Analia, Kadarisman Hidayat, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Dan Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis. 38(1): 125-131).

- Nuran, Lia, Rono Kusumasmoro. 2017. *Tata Letak Farmers Market Grand Metropolitan Mall Bekasi*. Jurnal Administrasi Kantor. 5(1): 107-114.
- Puspitasari, Diah. 2020. *Sistem informasi Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sanusi, Anwar. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryaningsih, Diah. 2011. *Pengaruh Tata Letak Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Assalam Hypermarket*. Skripsi Thesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2010. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN