

**MERANCANG ULANG *LAYOUT* TOKO MENGGUNAKAN
ACTIVITY RELATIONSHIP CHART PADA TOKO PUSAT
BANGUNAN TUBAN**

SKRIPSI



Oleh :

AHMAD YAFI NURRUZ ZAMAN

NIM: 13510171

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**MERANCANG ULANG *LAYOUT* TOKO MENGGUNAKAN
ACTIVITY RELATIONSHIP CHART PADA TOKO PUSAT
BANGUNAN TUBAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

**Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)**



Oleh :

AHMAD YAFI NURRUZ ZAMAN

NIM: 13510171

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**MERANCANG ULANG *LAYOUT* TOKO MENGGUNAKAN
ACTIVITY RELATIONSHIP CHART PADA TOKO PUSAT
BANGUNAN TUBAN**

SKRIPSI

Oleh :

AHMAD YAFI NURRUZ ZAMAN

NIM: 13510171

Telah disetujui 15 November 2018

Dosen Pembimbing,



Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP: 19770506 200312 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, MM
NIP: 19670816 200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

MERANCANG ULANG *LAYOUT* TOKO MENGGUNAKAN *ACTIVITY RELATIONSHIP CHART* PADA TOKO PUSAT BANGUNAN TUBAN

SKRIPSI

Oleh :

AHMAD YAFI NURRUZ ZAMAN

NIM: 13510171

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 27 Desember 2018

Susunan Dewan Penguji:

1. Penguji I

H. Slamet, SE., MM., Ph.D :

NIP: 19660412 199803 1 003

2. Penguji II

M. Fatkhur Rozi, SE., MM :

NIP: 19760118 200901 1 003

3. Penguji III

Irmayanti Hasan, ST., MM :

NIP: 19770506 200312 2 001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, MM
NIP: 19670816 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Yafi Nurruz Zaman
NIM : 13510171
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: *MERANCANG ULANG LAYOUT TOKO MENGGUNAKAN ACTIVITY RELATIONSHIP CHART PADA TOKO PUSAT BANGUNAN TUBAN* adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 24 Desember 2018

Hormat saya,



Ahmad Yafi Nurruz Zaman

NIM : 13510171

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggungjawab, bakti dan ungkapan rasa terimakasih saya kepada:

Kedua orang tua saya, ayah dan ibu tercinta, yang selama ini telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kesabaran, perhatian kasih sayang dan keikhlasan yang tiada henti berdo'a untuk anak-anaknya. Do'a dan ridhamu adalah kunci dalam perjalanan kehidupanku.

Seluruh anggota keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan motivasi. Terima kasih atas perhatian dan do'a yang selalu mengiringi dalam setiap langkah. Semoga selalu dapat membanggakan kalian

Sabahat seperjuangan angkatan 2013, Yuniar, Zidny, teman-teman manajemen, teman-teman STIVER DC, teman-teman kos, teman-teman ngopi, dan teman-teman ngegame yang selalu menemani, memberi semangat dan motivasi. Terima kasih untuk do'a dan waktu kalian serta perhatian dan kesabarannya. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Almamater yang ku cintai

MOTTO

*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan
Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan),
Tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)
Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap
(QS. Al-Insyirah, 5-8)*

When life leaves us blind

Love keeps us kind

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Merancang Ulang *Layout* Toko Menggunakan *Activity Relationship Chart* Pada Toko Pusat Bangunan Tuban”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Irmayanti Hasan, ST., MM selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Ibu, ayah, adik, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spirituil.
6. Bapak Yusuf Riza selaku manajer sekaligus pemilik Toko Pusat Bangunan Tuban.
7. Seluruh karyawan Toko Pusat Bangunan Tuban yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

8. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

Malang, 24 Desember 2018

Ahmad Yafi Nurruz Zaman



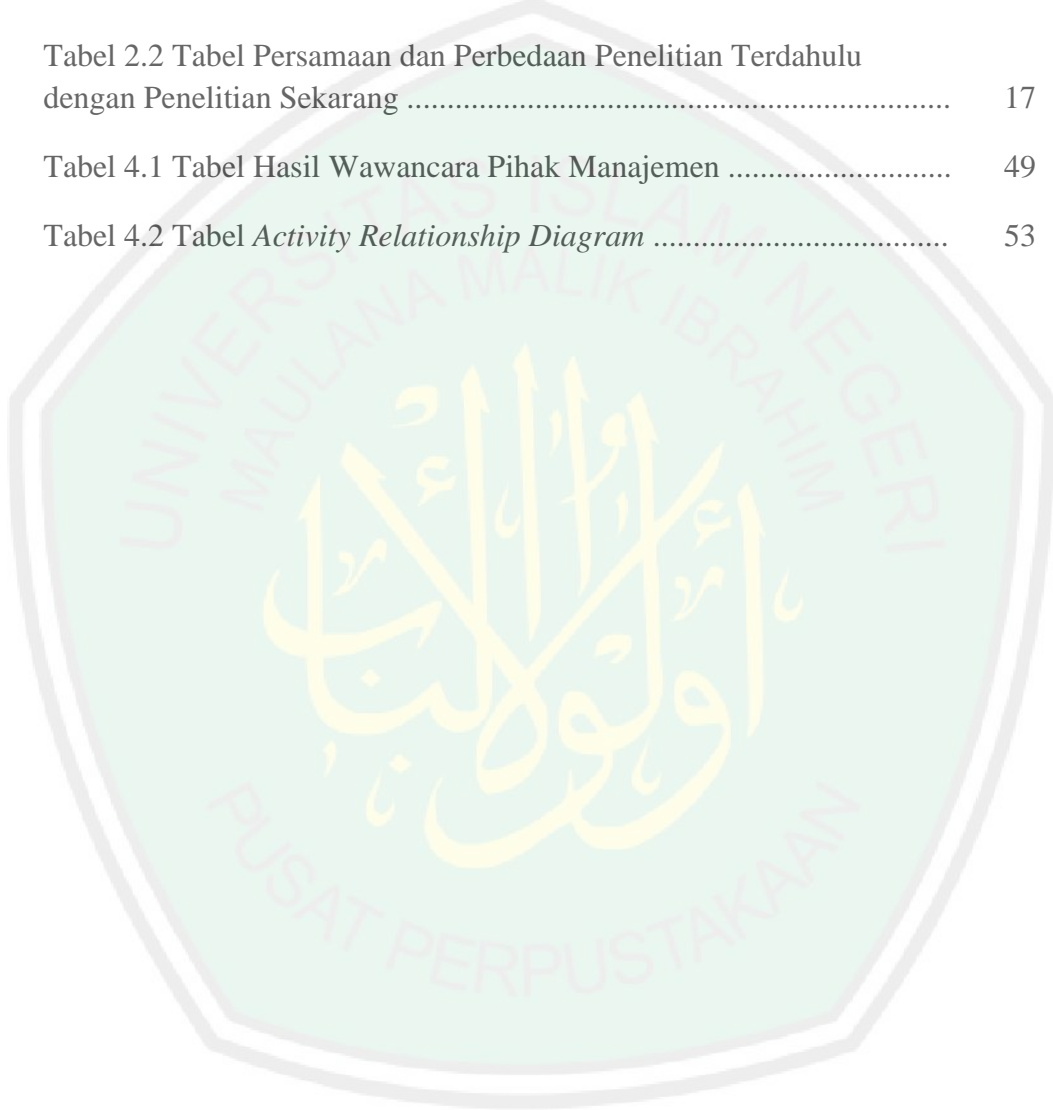
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	16
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Layout	22

2.2.2 Store Layout.....	24
2.2.3 Traffic Flow (Arus Lalu Lintas).....	28
2.2.4 Activity Relationship Chart.....	31
2.2.5 Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
3.3 Data dan Jenis Data.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Model Analisis Data.....	41
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.2 Struktur Organisasi.....	45
4.1.3 Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan.....	45
4.2 Data dan Hasil Analisis Data.....	46
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	17
Tabel 4.1 Tabel Hasil Wawancara Pihak Manajemen	49
Tabel 4.2 Tabel <i>Activity Relationship Diagram</i>	53



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Straight Line</i>	29
Gambar 2.2 <i>S-Shaped</i>	29
Gambar 2.3 <i>U-Shaped</i>	30
Gambar 2.4 <i>Circular</i>	30
Gambar 2.5 <i>Odd Angle</i>	31
Gambar 2.6 <i>Activity Relationship Chart</i>	32
Gambar 2.7 <i>Penjelasan Activity Relationship Chart</i>	33
Gambar 2.8 <i>Activity Relationship Diagram</i>	33
Gambar 2.9 <i>Activity Template Block Diagram</i>	34
Gambar 2.10 <i>Kerangka Berfikir</i>	36
Gambar 4.1 <i>Struktur Organisasi</i>	45
Gambar 4.2 <i>Denah Awal Toko Pusat Bangunan</i>	47
Gambar 4.3 <i>Gambar Peta Hubungan Aktivitas</i>	52
Gambar 4.4 <i>Gambar Activity Template Block Diagram</i>	54
Gambar 4.5 <i>Gambar Store Layout Usulan</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Hasil Wawancara Pihak Manajemen

Lampiran 2 Potret *Layout* Toko Pusat Bangunan Tuban

Lampiran 3 Bapak Yusuf Riza Selaku Pemilik Toko Pusat Bangunan Tuban

Lampiran 4 Bukti Konsultasi

Lampiran 5 Biodata Peneliti



ABSTRAK

Ahmad Yafi Nurruz Zaman. 2018, SKRIPSI.

Judul: “Merancang Ulang *Layout* Toko Menggunakan *Activity Relationship Chart* Pada Toko Pusat Bangunan Tuban”.

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Kata Kunci : *Activity Relationship Chart, Layout*

Dunia usaha retail semakin ramai dan tingkat ekonomi yang semakin meningkat di Indonesia menyebabkan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan tempat belanja yang mereka sukai. Banyak aspek yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di suatu outlet atau retail tertentu. Bisa karena faktor harga, kenyamanan tempat, produk maupun *layout* produknya perlu dicermati pada faktor tata letak tempat pemajangan produk bisa menjadi pemicu bagi para konsumen, yang awalnya hanya melihat-lihat saja sampai akhirnya memutuskan untuk membeli. Toko Pusat Bangunan Tuban merupakan salah satu retail yang menyediakan produk bahan bangunan, tetapi kurangnya manajemen pada *layout* toko menimbulkan tanggapan negatif dari para pengunjung sehingga diperlukan perancangan ulang *layout* toko yang lebih baik.

Penelitian ini menggunakan analisis *Activity Relationship Chart* (ARC) untuk mengetahui tingkat hubungan antara bagian-bagian yang ada pada Toko Pusat Bangunan Tuban. Hasil dari analisis tersebut digunakan untuk merancang ulang *layout* alternatif yang lebih baik dengan pertimbangan yang cenderung subyektif yang diperoleh dari wawancara kepada para pengunjung serta keinginan dari pihak manajemen dan diharapkan dapat mengurangi tanggapan negatif dari para pengunjung.

Dari implementasi *Activity Relationship Chart* (ARC) yang dilakukan menghasilkan *layout* toko baru yang dianggap lebih baik dengan *space area* lebih luas bagi pengunjung untuk lebih leluasa, mudah dan nyaman dalam berbelanja. Penempatan produk yang lebih tertata juga memudahkan pramuniaga untuk melayani pengunjung yang sedang berbelanja.

ABSTRACT

Ahmad Yafi Nurruz Zaman. 2018, *THESIS*.

Title: “Redesigning Store Layout Using Activity Relationship Chart On Pusat Bangunan Store Tuban”.

Advisor : Irmayanti Hasan, ST., MM

Keywords : Activity Relationship Chart, Layout

The bussiness world increasingly crowded retail and economic levels in Indonesia is causing more and more choices for consumers to determine their preferred shopping spots. Many aspects that influence consumers to shop in an outlet or certain retail store. It could be because of the price factor, leisure places, products or product layout needs to be observed on the layout of the product display place could be a trigger for consumers, which initially only had a look until finally decide to buy. Pusat Bangunan Store Tuban it is one of the retail of building materials supply and household appliances, but because the lack of management on the layout of the store raises negative feedback from visitors so it is necessary to redesign the layout of the store to be better.

This research uses the analysis of Activity Relationship Chart (ARC) to find out the level of relations between the parts of Pusat Bangunan Store Tuban. The result of the analysis used to redesign a better layout alternative with some consideration which tend to be subjective earned from invterview to the visitors as well as the wishes of the management and are expected to reduce the negative response from the visitors

From the implementation of the Activity Relationship Chart (ARC) generates a new store layouts that are considered better with the wider area of space for visitors to more freely, easy and comfortable shopping. A more elaborate product placement also facilitates and help sales clerk to serve shopping visitors.

مستخلص البحث

أحمد يافي نور الزّمان. 2018،

البحث العلم : تطبيق *Activity Relationship Chart* على دكان البناء في توبان "

المشرفة : ارماينتي حسن الماجستير

الكلمة الأساسية : *Activity Relationship Chart*

صلصل عالم شأن القطاعي ومستوى الاقتصاد المتزايد في إندونيسيا يسبب مزيد اختيار على المستهلك ليسبك مكان التسوق الذي يحبونها. العديد من الجوانب تؤثر على المستهلك للتسوق في منفذ أو قطاعي معين. يمكن أن يكون السبب عامل ثمن، فرج المكان، المنتج وتخطيط المنتجه يجب أن يلاحظ في عامل التصميم غاليري المنتج أن يدفع المستهلك، الاول ينظر في البداية فقط حتى يقرر النهاية الاشترى. دكان المركز البناء في توبان هو احد من قطاعي استعدّ المنتجات مواد البناء والأجهزة منزلية. ولكن نقص الإدارة في تخطيط الدكان خلق ردودا سلبية من الزائرين. يستخدم هذا البحث تحليل *Activity Relationship Chart (ARC)* ليعرف مستوى علاقة بين الأجزاء الموحدة على دكان المركز البناء في توبان. استخدام نتائج من ذلك تحليل لإعادة تصميم التخطيط بديل أفضل مع الميول الذاتية المأخذة من مقابلة مع الزائرين ورغبة من إدارة ومتعمد يستطيع أن يقلل الاستجابات من الزائرين.

من تطبيق *Activity Relationship Chart (ARC)* الذي مفتعل ليحصل التخطيط دكان

الجديد أن يعتبر أحسن مع مساحة أوسع على زائرين لمتسع من الوقت، سهل وراحة في

التسوق. سهل مندوبي لخدمة الزائرين الذي يستوفين بوضع المنتجات ان تظيما.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Perusahaan-perusahaan dewasa ini menghadapi persaingan paling ketat yang pernah ada. Agar berhasil dalam persaingan di pasar yang sangat sengit sekarang ini, perusahaan-perusahaan harus bergerak dari filosofi produk dan penjualan (*product and selling phillosophy*) menuju filosofi pelanggan dan pemasaran (*customer and marketing phillosophy*). Untuk menang dalam persaingan di pasar dewasa ini, perusahaan harus menjadi mahir tidak hanya dalam membangun produk, tetapi juga dalam membangun pelanggan. Jawabnya terletak pada melaksanakan pekerjaan secara lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing dalam memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2004:789).

Proses pengambilan keputusan pembelian seseorang untuk membeli suatu produk biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler (2006:129), terdapat beberapa faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yaitu faktor *cultural, social, personal, dan psychological*. Salah satu dari faktor tersebut dapat memberikan pengaruh lebih besar dari faktor yang lain. Mengetahui faktor mana saja yang berpengaruh dan bentuk pengaruh yang diberikan, akan sangat membantu manajemen dalam melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran terutama strategi mengatur tata letak tempat pemajangan produk yang sudah dijalankan, dan kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dari sebelumnya. Salah satu lingkup pekerjaan penjualan yang memerlukan spesialisasi dan kemampuan analisis yang mendalam dan terstruktur adalah kompetensi dalam menata produk yaitu tentang pengetahuan penataan barang yang sesuai dengan standar dan spesifikasi perusahaan.

Dunia usaha retail semakin ramai dan tingkat ekonomi yang semakin meningkat di Indonesia menyebabkan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan tempat belanja yang mereka sukai. Banyak aspek yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di suatu outlet atau retail tertentu. Bisa karena faktor harga, kenyamanan tempat, produk maupun *layout* produknya perlu dicermati pada faktor tata letak tempat pemajangan produk bisa menjadi pemicu bagi para konsumen, yang awalnya hanya melihat-lihat saja sampai akhirnya memutuskan untuk membeli.

Menurut Heizer dan Render (2006:465), Salah satu penentu keberhasilan dalam bisnis ritel adalah cara *melayout* tempat pemajangan produk dengan benar, *layout* atau tata letak ritel adalah sebuah pendekatan yang berkaitan dengan aliran, pengalokasian ruang, dan merespons pada perilaku pelanggan. *Layout* didasarkan pada ide bahwa penjualan dan keuntungan bervariasi bergantung pada produk yang dapat menarik perhatian pelanggan.

Mendesain toko dengan baik, seperti halnya membuat sebuah cerita yang menarik bagi pembaca cerita tersebut. Desain toko yang baik dapat pula menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam mengenai segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Pelanggan seperti halnya pembaca cerita akan menginginkan untuk dapat terbawa dalam suasana yang diciptakan oleh toko tersebut. Suasana toko dapat dibangun melalui sistem pencahayaan, pengaturan tata letak, penataan, atau pengaturan barang dagangan yang menarik. (Utami, 2014:270)

Survey yang dilakukan oleh *International Mass Retail Association* menemukan bahwa 60% dari *sample* sedang mempercepat rencana untuk merenovasi toko dan membangun toko dengan desain baru. Di antara jajaran toko-toko khusus, 80% di antaranya telah menyewa konsultan desain toko. Hal ini dimaksudkan untuk menarik minat dari para konsumen. Dampaknya tentu saja peningkatan *income* dari *outlet* tersebut. Jadi tidak perlu berpikir

panjang untuk memanjakan konsumen dari produk yang dipajang dan yang lebih penting lagi adalah memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang akan ia beli. (Peter dan Olson, 1999)

Usaha retail pada umumnya memaksimalkan tata ruang sebagai iklan, khususnya untuk produk pakaian, peralatan, dan toko diskon. Tata ruang yang menarik membuat konsumen menghabiskan lebih banyak waktu di toko, melihat makin banyak barang, memperhatikan barang-barang murah (meski kurang dibutuhkan, dan akhirnya membeli secara impulsif. Agar mencolok, produk biasanya ditata dekat pintu masuk, misalnya minuman ringan yang disusun membentuk piramida di tengah jalan, atau meletakkan produk setinggi pandangan.

Menurut Mason dan Mayer (1984:680) “*Store layout* adalah susunan bagian dalam sebuah toko, bagaimana produk dikelompokkan, dan perangkat perlengkapan tetapnya. *Layout* toko dirancang dan dibuat setelah lokasi toko dipilih. Perancangan *Layout* toko yang baik bertujuan untuk memberikan para konsumen kelonggaran dan kenyamanan untuk bergerak, menampilkan barang-barang atau jasa secara menarik, dan untuk memaksimalkan penjualan”. Sedangkan menurut Bellenger dan Goldstucker (1983:137) mengatakan bahwa “*Store layout* berkenaan dengan desain dalam toko, dan sejenisnya”. Teori ketiga yang menjelaskan *Store layout* adalah Heizer dan Render (2006:450) yang mengatakan bahwa “tata letak merupakan satu keputusan yang penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang yang memiliki dampak strategis karena menentukan daya saing perusahaan dalam kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya, serta kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan, dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau response cepat.

Agar konsumen atau pelanggan merasa betah berbelanja, maka diperlukan tata letak produk yang menarik dengan menciptakan daya tarik

penataan ruang dan penyusunan produk pada toko, sehingga timbul minat beli konsumen untuk membeli barang tersebut. Tata letak merupakan salah satu aspek penting untuk menarik perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan untuk membeli melalui daya tarik penglihatan langsung. Dalam Irmayanti Hasan (2011:95) penelitian membuktikan bahwa semakin besar produk terlihat oleh konsumen maka penjualan akan semakin tinggi dan tingkat pengembalian investasi semakin tinggi.

Dari teori-teori dan hasil penelitian di atas, dapat dilihat bahwa *Store layout* yang baik dapat berdampak lebih jauh terhadap kenyamanan konsumen dalam berbelanja, menampilkan barang-barang secara menarik, serta dapat menentukan daya saing perusahaan. Hal ini bertentangan dengan kenyataan yang ada pada Toko Pusat Bangunan yang berada di Jalan Raya Sidokumpul di Tuban ini dirasa kurang begitu nyaman bagi konsumen untuk berbelanja. Konsumen harus bersedia menunggu dan mengantri di dalam toko untuk dilayani oleh pramuniaga pada tempat yang sempit karena banyaknya barang yang dipajang disekitarnya sehingga dirasa kurang nyaman bagi konsumen. Meskipun begitu, Toko Pusat Bangunan tetap saja selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Hal inilah yang menimbulkan kontradiksi antara teori dan realita yang ada.

Keluhan pengunjung mengenai *layout* atau tata letak yang terdapat pada Toko Pusat Bangunan tersebut tampak pada tanggapan pengunjung yang sedang menunggu untuk dilayani ketika berbelanja. Kebanyakan pengunjung menyampaikan kekecewaan karena harus rela mengantri pada tempat yang sempit dan kesulitan ketika ingin mencari atau melihat barang yang diinginkan.

Dari survey awal peneliti, Toko Pusat Bangunan memiliki pelayanan pramuniaga yang baik terhadap para konsumennya. Perilaku pramuniaga sangat mempengaruhi keputusan membeli. Sebagaimana dimaklumi, sebagian

besar konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang baik dan mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap. Selain pelayanan pramuniaga yang baik, Toko Pusat Bangunan juga memiliki kelebihan berupa letak toko yang strategis, produk yang lengkap, dan harga yang bersaing. Inilah faktor-faktor yang menyebabkan banyaknya pengunjung yang datang setiap harinya pada toko tersebut. Kekurangan yang terdapat pada Toko Pusat Bangunan ini hanyalah terkait dengan masalah tata letak toko yang kurang diperhatikan demi membuat konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

Masalah tata letak toko yang kurang diperhatikan oleh pihak manajemen Toko Pusat Bangunan sebenarnya tidak dapat dianggap enteng dan dibiarkan begitu saja. Kekecewaan para pengunjung juga harus diperhatikan dan ditindaklanjuti dengan berbagai strategi agar mereka dapat merasakan kenyamanan dalam berbelanja dan dampak akhirnya juga terkait dengan *brand* Toko Pusat Bangunan sendiri di benak para konsumennya.

Untuk dapat bertahan di tengah persaingan yang ada, maka sebagai salah satu bentuk ritel harus mampu untuk membaca segala peluang dan ancaman yang ada serta di tuntut untuk mampu melaksanakan strategi pemasaran dan perencanaan dengan baik.

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam merancang tata letak adalah dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart* yakni diagram yang digunakan untuk mendapatkan hubungan dari aktivitas-aktivitas tertentu, sehingga dapat ditentukan aktivitas yang harus berdekatan dan aktivitas yang harus berjauhan dalam suatu perancangan tata letak fasilitas.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada Toko Pusat Bangunan mengenai strategi tata letak toko yang digunakan. Untuk itu peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul: “Merancang Ulang *Layout* Toko Menggunakan *Activity Relationship Chart* pada Toko Pusat Bangunan Tuban”.

1.2 Fokus Penelitian

Dengan berlandaskan pada uraian dari latar belakang penelitian diatas, maka adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana penataan *layout* saat ini yang digunakan pada Toko Pusat Bangunan Tuban?
- b. Bagaimana *layout* usulan yang sesuai dengan menggunakan *Activity Relationship Chart* pada Toko Pusat Bangunan Tuban?
- c. Kendala apa saja yang berkaitan dengan *layout* pada Toko Pusat Bangunan Tuban dan bagaimana solusinya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penataan *layout* yang saat ini sedang digunakan pada Toko Pusat Bangunan
- b. Mengajukan *layout* usulan yang sesuai dengan penggunaan *Activity Relationship Chart* pada Toko Pusat Bangunan Tuban.
- c. Mengidentifikasi kendala yang berkaitan dengan *layout* pada Toko Pusat Bangunan Tuban dan memberikan solusinya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Mahasiswa

Pada penelitian kali ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah khazanah keilmuan dan wawasan bagi pengembangan keilmuan sebagai suatu bentuk mensyukuri nikmat Tuhan.

- b. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat membantu dalam menghadapi masalah-masalah yang ada terkait dengan tata letak toko. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan memberi inspirasi pemilik toko untuk membangun *Store layout* yang sesuai untuk digunakan di dalam sebuah toko.

c. Bagi peneliti lainnya

Dalam penelitian ini terdapat kekurangan. Terutama dari segi variabel yang digunakan, namun pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan perbandingan penting lainnya terutama dalam membantu memecahkan persoalan yang sama.



BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu.

1. Penelitian Rudi Ardiansyah (2009)

Penelitian mengenai tata letak atau *layout* ini berjudul “Analisis *Re-Layout* Pabrik Untuk Meningkatkan Efektivitas Proses Produksi”. Dari penelitian tersebut, peneliti bermaksud ingin menata ulang pabrik yang menjadi objek penelitian tersebut terkait tata letak yang selama ini sudah dipakai. Penataan ulang *layout* pabrik tersebut bertujuan mengurangi waktu proses produksi dan mengurangi jarak *material handling* yang intinya dapat meningkatkan efektivitas proses produksi.

Dalam penelitiannya tersebut, peneliti menganalisis dan membandingkan pola *layout* yang lama dengan *layout* yang baru yang diharapkan dapat memperpendek jarak antara ruang kerja dan meminimalkan waktu proses produksi. Model analisis data yang dipakai untuk menciptakan *layout* yang baru yaitu menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. Dengan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian, peneliti mampu menciptakan bentuk *layout* yang baru bagi pabrik tersebut.

Hasil yang diperoleh yaitu peneliti dapat membandingkan waktu proses produksi yang menggunakan *layout* lama dengan yang menggunakan *layout* usulan. Waktu proses produksi untuk *layout* awal adalah sebesar 5897,8 menit, sedangkan untuk waktu produksi *layout* usulan yaitu sebesar 5698,8 menit. Dari data tersebut dapat terlihat selisih waktu produksi yaitu sebesar 199 menit atau 3,32 jam per produk. Waktu yang cukup besar sekali untuk dibuang sia-sia dikarenakan *layout* yang kurang efisien.

Saran yang diberikan peneliti berdasarkan hasil dari perhitungan-perhitungan dan analisa yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah

merancang ulang tata letak fasilitas dilantai produksi yang ada sesuai dengan hasil perhitungan yang telah didapat dengan harapan dapat menjadikan perusahaan lebih baik dan lebih efisien.

2. Penelitian Naumi Farisa Fitri (2011)

Penelitian ini berjudul “Strategi *Store Layout* dengan menggunakan *Metode Activity Relationship Chart* pada *Outlet* Jogger Bali”. Penelitian ini ingin merancang ulang strategi *store layout* yang lebih sesuai diterapkan pada sebuah toko atau *outlet*. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti ingin melakukan interview atau wawancara yang bertujuan merancang tata letak *outlet* menggunakan tolak ukur derajat kedekatan hubungan antara satu fasilitas dengan yang lain berdasarkan alasan-alasan yang diungkapkan melalui wawancara tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi *store layout* yang selama ini digunakan di *outlet* Jogger Bali sekaligus merancang ulang strategi *store layout* yang sesuai dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. Penelitian ini menghasilkan sebuah tata letak *outlet* yang lebih sesuai dibanding dengan tata letak *outlet* yang lama dengan pertimbangan yang cenderung subyektif yang diperoleh dari wawancara kepada para pengunjung serta keinginan dari pihak manajemen atau pimpinan *outlet* Jogger Bali.

3. Penelitian Luthfiyah (2012)

Dengan judul “ Penataan ulang *Office Layout* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang melalui Metode *Activity Relationship Chart*”. Dari penelitian ini, peneliti ingin melakukan penataan ulang *office layout* di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan menggunakan penelitian kualitatif peneliti melakukan interview atau wawancara dan kuesioner yang bertujuan untuk merancang ulang *office layout* menggunakan tolak ukur derajat kedekatan hubungan antara satu ruangan dengan yang lainnya berdasar alasan-alasan yang diungkapkan melalui wawancara dan kuesioner tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep penataan *office layout* yang selama ini digunakan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sekaligus merancang ulang strategi *office layout* yang sesuai dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. Penelitian ini menghasilkan desain *office layout* yang lebih nyaman dan efektif sesuai dengan kedekatan hubungan antar satu fasilitas atau bagian dengan yang lain.

4. Penelitian Rangga Oki Nugroho (2012)

Dengan judul “Analisis Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Pabrik Lama pada CV. Massitoh *Catering Services* (Studi Kasus: CV. Massitoh *Catering Services*)”. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi aspek-aspek yang terkait dengan tata letak stasiun kerja dan fasilitas yang ada di CV Massitoh *Catering Services*, (2) menganalisis tata letak berdasarkan hasil kajian, (3) merancang ulang tata letak berdasarkan hasil kajian sebagai suatu rekomendasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, analisis *Activity Relation Chart* (ARC) digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antar aktivitas produksi dan menghasilkan layout sementara. Analisis UA-FLP menghasilkan tata letak baru dan setelah menentukan titik pusat stasiun kerja yang baru, diperoleh jarak antar stasiun kerja yang baru. Total jarak material flow yang baru adalah sejauh 77,028 meter. Ini berarti material flow dapat berkurang sejauh 425,695 meter.

5. Dhimas Iman Pratama (2013)

Dengan judul “Pengaturan Tata Letak Dengan Menggunakan Metode *Activity Relationship Chart* (ARC) Studi pada Pasar Modern BSD, Tangerang Selatan”. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat hubungan/keterkaitan antar departemen dengan menggunakan Metode *Activity Relationship Chart* (ARC), serta mengajukan tata letak usulan pada Pasar Modern

BSD. Variabel dalam penelitian ini adalah lapak daging sapi, lapak daging ayam, gudang, lapak telur, lapak daging babi, toilet/mushola, tempat pemotongan ayam, lapak sayur, serta lapak tempe, tahu, dan lauk pauk. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat permasalahan dalam pengaturan tata letak pada Pasar Modern BSD. Melalui penggunaan *Metode Activity Relationship Chart* (ARC), permasalahan dalam pengaturan tata letak digunakan sebagai acuan untuk mengidentifikasi tingkat hubungan/keterkaitan antar departemen pada Pasar Modern BSD yang dinyatakan dengan simbol keterkaitan “A” (Kebutuhan mutlak), “E” (Sangat penting), “I” (Penting), “O” (Biasa), “U” (Tidak penting), dan “X” (Tidak diinginkan). Hasil akhir penelitian ini adalah perancangan tata letak usulan pada Pasar Modern BSD, serta rekomendasi terhadap penggunaan tata letak usulan tersebut.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil
1.	Rudi Ardiansyah, 2009. "Analisis <i>Re-Layout</i> Pabrik Untuk Meningkatkan Efektivitas Proses Produksi".	Dari penelitian tersebut, peneliti bermaksud ingin menata ulang pabrik yang menjadi objek penelitian tersebut terkait tata letak yang selama ini sudah dipakai. Penataan ulang <i>layout</i> pabrik tersebut bertujuan mengurangi waktu proses produksi dan mengurangi jarak <i>material handling</i> yang intinya dapat meningkatkan efektivitas proses produksi. Model analisis data yang dipakai untuk menciptakan <i>layout</i> yang baru yaitu menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> .	Hasil yang diperoleh yaitu peneliti dapat membandingkan waktu proses produksi yang menggunakan layout lama dengan yang menggunakan layout usulan. Waktu proses produksi untuk layout awal adalah sebesar 5897,8 menit, sedangkan untuk waktu produksi layout usulan yaitu sebesar 5698,8 menit. Dari data tersebut dapat terlihat selisih waktu produksi yaitu sebesar 199 menit atau 3,32 jam per produk. Waktu yang cukup besar sekali untuk dibuang sia-sia dikarenakan layout yang kurang efisien.
2.	Naumi Farisa Fitri, 2011. "Strategi <i>Store Layout</i> dengan menggunakan Metode <i>Activity</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi <i>store layout</i> yang selama ini digunakan di <i>outlet</i> jogger Bali sekaligus merancang	Penelitian ini menghasilkan sebuah tata letak <i>outlet</i> yang lebih sesuai dibanding dengan tata letak <i>outlet</i> yang lama dengan pertimbangan yang cenderung subyektif yang diperoleh dari

	<p><i>Relationship Chart</i> pada <i>Outlet Joger Bali</i>". Penelitian ini ingin merancang ulang strategi <i>store layout</i> yang lebih sesuai diterapkan pada sebuah toko atau <i>outlet</i>.</p>	<p>ulang strategi <i>store layout</i> yang sesuai dengan menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i>.</p>	<p>wawancara kepada para pengunjung serta keinginan dari pihak manajemen atau pimpinan <i>outlet Joger Bali</i>.</p>
3.	<p>Luthfiah, 2012. "Penataan Ulang <i>Office Layout</i> Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Melalui Metode <i>Activity Relationship Chart</i>"</p>	<p>Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk merancang ulang <i>office layout</i> menggunakan tolak ukur derajat kedekatan hubungan antara satu ruangan dengan yang lainnya berdasarkan alasan-alasan yang diungkapkan melalui wawancara dan kuesioner tersebut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep penataan <i>office layout</i> yang selama ini digunakan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sekaligus merancang ulang strategi <i>office layout</i> yang sesuai dengan menggunakan metode <i>Activity</i></p>	<p>Temuan penelitian menghasilkan desain <i>office layout</i> yang lebih nyaman dan efektif sesuai dengan kedekatan hubungan antar satu fasilitas atau bagian dengan yang lain jika dibandingkan dengan desain <i>office layout</i> yang digunakan saat itu..</p>

		<i>Relationship Chart.</i>	
4.	Rangga Oki Nugroho, 2012. “ <i>Analisis Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Pabrik Lama Pada CV. Massitoh Catering Services</i> ”.	<p>Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi aspek-aspek yang terkait dengan tata letak stasiun kerja dan fasilitas yang ada di CV Massitoh Catering Services, (2) menganalisis tata letak berdasarkan hasil kajian, (3) merancang ulang tata letak berdasarkan hasil kajian sebagai suatu rekomendasi.</p> <p>Penelitian menggunakan analisis <i>Activity Relation Chart (ARC)</i> untuk mengetahui tingkat hubungan antar aktivitas produksi.</p>	<p>Analisis menghasilkan tata letak baru dan setelah menentukan titik pusat stasiun kerja yang baru, diperoleh jarak antar stasiun kerja yang baru. Total jarak material flow yang baru adalah sejauh 77,028 meter. Ini berarti material flow dapat berkurang sejauh 425,695 meter.</p>
5.	Dhimas Iman Pratama, 2013. “Pengaturan Tata Letak Dengan Menggunakan Metode <i>Activity Relationship Chart (ARC)</i> Studi pada Pasar Modern BSD, Tangerang Selatan”.	<p>Peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat hubungan/keterkaitan antar departemen dengan menggunakan <i>Metode Activity Relationship Chart (ARC)</i>, serta mengajukan tata letak usulan pada Pasar Modern BSD.</p>	<p>Melalui penggunaan <i>Metode Activity Relationship Chart (ARC)</i>, permasalahan dalam pengaturan tata letak digunakan sebagai acuan untuk mengidentifikasi tingkat hubungan/keterkaitan antar departemen pada Pasar Modern BSD yang dinyatakan dengan simbol keterkaitan “A” (Kebutuhan mutlak), “E” (Sangat penting), “I” (Penting), “O” (Biasa), “U” (Tidak penting), dan “X” (Tidak</p>

			diinginkan). Hasil akhir penelitian ini adalah perancangan tata letak usulan pada Pasar Modern BSD, serta rekomendasi terhadap penggunaan tata letak usulan tersebut.
--	--	--	---



2.1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas mengenai *layout* atau tata letak yang dirancang ulang dengan metode *Activity Relationship Chart* (ARC) yang digunakan untuk melakukan analisis dan merancang ulang tata letak yang lebih baik dan disesuaikan dengan fokus penelitian dalam menanggulangi masalah yang ada pada masing-masing objek penelitian.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah pada penetapan objek dan lokasi penelitian serta fokus penelitian. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian terdahulu yang telah dikaji berjumlah 5 penelitian terdahulu yang diambil dari beberapa jurnal maupun skripsi pada beberapa tahun terakhir yakni mulai dari tahun 2009-2013.

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Bangilan Kabupaten Tuban tepatnya di Toko Pusat Bangunan. Fokus penelitian kali ini adalah lebih mengarah pada kendala yang dihadapi terkait dengan *store layout* yang saat ini digunakan pada Toko Pusat Bangunan yakni kurangnya *space area* yang tersedia bagi pembeli sehingga pembeli harus rela mengantri pada tempat yang sempit dan kurang nyaman serta penempatan barang yang kurang teratur menimbulkan kesulitan bagi pembeli saat ingin mencari dan melihat barang, kemudian peneliti akan mencoba merancang ulang desain *store layout* yang disesuaikan dengan metode *Activity Relationship Chart* yang diharapkan dapat menanggulangi kendala tersebut..

Tabel 2.2

Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Rudi Ardiansyah	Analisis <i>Re-Layout</i> Pabrik Untuk Meningkatkan Efektivitas Proses Produksi	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>layout</i> pabrik yang baru.	Penelitian dimaksudkan untuk menata ulang pabrik yang menjadi objek penelitian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengurangi waktu proses produksi dan mengurangi jarak <i>material handling</i> agar dapat meningkatkan efektivitas proses produksi.
2	Naumi Farisa Fitri	Strategi <i>Store Layout</i> dengan menggunakan Metode <i>Activity Relationship Chart</i> pada <i>Outlet</i>	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>store</i>	Penelitian dimaksudkan untuk menata ulang sebuah <i>outlet</i> kaos dan

		Joger Bali	<i>layout</i> yang baru	<i>merchandise</i> ternama di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengurangi terjadinya berdesak-desakan antara pengunjung saat berbelanja
3	Luthfiyah	<i>Penataan Ulang Office Layout Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Melalui Metode Activity Relationship Chart</i>	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>office layout</i> yang baru.	Penelitian ini dimaksudkan untuk menata ulang <i>office layout</i> Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan desain <i>office layout</i> yang lebih nyaman dan efektif sesuai dengan kedekatan hubungan antara satu fasilitas atau bagian

				dengan yang lain.
4	Rangga Oki Nugroho	<i>Analisis Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Pabrik Lama Pada CV. Massitoh Catering Services</i>	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>layout</i> pabrik yang baru.	Penelitian ini dimaksudkan untuk menata ulang letak fasilitas produksi pabrik lama pada CV. Massitoh <i>Catering Services</i> . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat hubungan antar aktivitas produksi dan menghasilkan <i>layout</i> yang dapat mengurangi jarak <i>material flow</i> .
5	Dhimas Iman Pratama	Pengaturan Tata Letak Dengan Menggunakan Metode <i>Activity Relationship Chart</i> (ARC) Studi pada Pasar Modern BSD,	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>layout</i> pasar yang baru.	Penelitian ini dimaksudkan untuk menata ulang tata letak sebuah pasar modern yang ada di Tangerang Selatan. Tujuan penelitian

		Tangerang Selatan		ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat hubungan atau keterkaitan antar departemen serta mengajukan tata letak usulan pada Pasar Modern BSD.
6	Ahmad Yafi Nuruzzaman	Merancang Ulang <i>Layout</i> Toko Dengan Menggunakan <i>Activity Relationship Chart</i> pada Toko Pusat Bangunan Tuban	Menggunakan metode <i>Activity Relationship Chart</i> untuk merancang <i>store layout</i> yang baru.	Penelitian ini dimaksudkan untuk menata ulang <i>store layout</i> sebuah toko material bahan bangunan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan <i>space area</i> yang lebih luas bagi pembeli agar tidak lagi mengantri pada tempat yang sempit dan mengurangi kebingungan

				bagi pembeli agar lebih mudah saat ingin mencari dan melihat barang.
--	--	--	--	--



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Layout

Layout bukan saja kegiatan untuk menentukan tata letak dari peralatan atau mesin yang diperlukan dalam proses produksi tetapi tata letak dari seluruh fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, yang meliputi penetapan lokasi setiap Jurusan, letak mesin-mesin (stasiun kerja), letak gudang, lorong (koridor) dan seluruh lingkungan kerja baik yang sekarang digunakan atau yang akan diusulkan. Jadi yang dimaksud dengan *layout* termasuk didalamnya adalah pengaturan letak bangunan, tata ruang, letak jalan atau lorong yang menghubungkan antara bangunan yang satu dengan yang lain serta pengaturan letak mesin-mesin atau peralatan yang berada dalam bangunan yang diperlukan untuk proses produksi. (Taylor dalam Sri Joko, 2004:181).

Menurut Manahan (2004:149), pengaruh *layout* yang tepat bagi perusahaan, adalah peningkatan produktivitas perusahaan. Perihal tersebut disebabkan arus barang yang akan diproses, dan selanjutnya masuk ke dalam pemrosesan sampai menjadi produk akhir dapat berjalan dengan lancar. Aspek lain, karyawan yang langsung terlibat dalam pemrosesan dapat bergerak leluasa tanpa takut akan kemungkinan terjadi kecelakaan, sehingga mereka bekerja dengan tenang dan aman.

Karena alasan tersebut diatas, maka diperlukan perencanaan *layout* yang seksama. Pentingnya perencanaan *layout* disebabkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Manufaktur
 - 1) Terjadinya perubahan desain produk yang secara terus menerus untuk membuat produk baru.
 - 2) Kemungkinan penggantian fasilitas yang harus selalu baru (*up to date*).

- 3) Setiap perubahan fasilitas akan menciptakan perubahan kondisi kerja yang tidak selalu menciptakan kepuasan atau kemungkinan terjadinya kecelakaan dalam proses konversi.
 - 4) Perpindahan lokasi pemasaran (*market changes*), dan untuk alasan penghematan dan pengiriman atau pelayanan yang cepat dan baik.
2. Untuk Usaha Jasa
- 1) Karena tuntutan pelayanan yang prima dari pelanggan, sehingga harus disesuaikan di dalam usaha memenuhi kepuasan pelanggan.
 - 2) Perubahan *layout* dapat menciptakan persepsi pelanggan bahwa perusahaan memperhatikan pelanggannya, atau merupakan gambaran bonafiditas perusahaan.
 - 3) Tuntutan pelanggan menginginkan layanan paling cepat dengan mutu yang tinggi sehingga *layout* harus mendukung sistem layanan tersebut.
 - 4) Perilaku pelanggan yang terus berubah harus diikuti perusahaan dengan melakukan perubahan *layout* secara berkelanjutan (*continuous improvement*).

Untuk memutuskan strategi *layout* perlu diperhatikan desain *layout*, yang diikuti usaha:

- 1) Pemanfaatan secara maksimal serta ruangan atau tempat, mesin-mesin dan peralatan dan pekerja.
- 2) Pengembangan arus informasi, bahan baku, dan sumber tenaga kerja.
- 3) Menjaga perubahan moral pekerja, menjaga kondisi kerja yang kondusif.
- 4) Mengantisipasi perubahan interaksi dari pelanggan.
- 5) Fleksibel (bagaimana *layout* yang ada sekarang harus siap untuk berubah).

Menurut Sukanto (1995:58) ada tiga jenis *layout* dasar, yaitu *layout* proses/fungsional, *layout* produk/garis, dan *layout* posisi tetap. *Layout* proses berusaha untuk meminimumkan biaya membawa bahan dengan cara menyusun besaran ke lokasi bagian-bagian sesuai dengan volume dan derajat aliran produk.

Tujuan *layout* proses ini adalah menempatkan pusat kerja yang saling berhubungan erat dekat suatu dengan yang lain, sehingga aliran minimum bahan dan barang ke pusat kerja yang tak berdekatan tercapai. Metode merancang bangun *layout* proses menitikberatkan pada jumlah bahan yang dipindah dan jarak pemindahan.

Layout produk mengelompokkan karyawan dan alat sesuai dengan urutan kegiatan. *Layout* ini biasanya menggunakan ban berjalan untuk perakitan dan mesin-mesin otomatis untuk memproduksi volume besar namun jenis barang sedikit. Dalam *layout* produk yang penting adalah menjaga keseimbangan garis (*line balancing*). Keseimbangan garis adalah alokasi kegiatan kerja yang berurutan ke dalam tempat kerja agar diperoleh pemanfaatan tinggi tenaga kerja agar diperoleh pemanfaatan tinggi tenaga kerja dan alat sehingga waktu menganggur minimum. Sedangkan *layout* posisi tetap adalah susunan dimana tenaga kerja, bahan, dan alat dibawa ke tempat kerja. Biasanya untuk proses yang terjadi pada proyek-proyek, dan metode jalur kritis sangat membantu.

2.2.2 Store Layout

Store layout adalah tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko. *Retailer* harus merancang store layout produk yang menarik dan mudah dijangkau oleh konsumen. *Store layout* juga harus memudahkan konsumen berjalan dan berlalu lalang sehingga konsumen dapat mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Prinsipnya, *store layout* semua elemen dalam toko harus menciptakan suasana yang menyenangkan bagi semua pihak yaitu konsumen, pelayan toko dan *retailer*. *Store layout* yang baik akan membantu *retailer* agar bisa menampilkan produknya dengan baik, memudahkan konsumen berbelanja dan meningkatkan efisiensi kerja petugas, meningkatkan keuntungan bagi pemilik toko dan mempengaruhi perilaku berbelanja konsumen (Sumarwan, 2004:280)

Heizer dan Render dalam Irmayanti (2011:95), *retail layout*, penempatan rak dan pemberian tanggapan atas perilaku konsumen. Merupakan sebuah

pendekatan yang berkaitan dengan aliran pengalokasian ruang dan merespon pada perilaku konsumen. *Layout* ini didasarkan pada ide bahwa penjualan dan keuntungan bervariasi kepada produk yang menarik perhatian konsumen. Sehingga banyak manajer ritel mencoba untuk memperlihatkan produk kepada konsumen sebanyak mungkin. Penelitian membuktikan bahwa semakin besar produk terlihat oleh konsumen maka penjualan akan semakin tinggi.

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam *layout* ritel ini adalah nilai investasi dan daya tarik untuk pembeli/pelanggan. Manajer mempunyai 2 variabel yang fundamental yang dapat dimanipulasi untuk menarik pembeli/pelanggan:

- 1) Susunan keseluruhan dari toko, dan
- 2) Alokasi ruangan terhadap produk-produk yang berbeda dalam susunan itu.

Menurut Christina (2014:273), untuk mengembangkan tata ruang toko yang bagus, perancangan toko harus menyeimbangkan beberapa tujuan yang seringkali menjadi konflik. Contoh: tata ruang toko harus memungkinkan pelanggan untuk memutar toko dan membeli lebih banyak barang daripada yang direncanakan. Namun, jika tata ruang terlalu rumit, pelanggan bisa kesulitan untuk mendapatkan barang yang mereka cari dan memutuskan untuk tidak berlangganan di toko itu.

Dalam menentukan susunan keseluruhan toko, ada 5 ide yang bermanfaat:

- 1) Menempatkan produk-produk yang paling banyak dibeli di sekitar batas luar toko.
- 2) Menggunakan lokasi yang strategis untuk produk-produk yang menarik dan marginnya besar.
- 3) Menempatkan produk utama konsumen berbelanja di kedua sisi lorong toko dan disebar di berbagai tempat agar produk-produk lain dapat terlihat.
- 4) Menggunakan lokasi ujung lorong karena tingkat tontonannya tinggi.
- 5) Memilih secara hati-hati penempatan posisi yang menjadi awal pembelian konsumen.

Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa Allah SWT menciptakan segala sesuatu di dunia ini dengan pengaturan yang tepat, hal ini dapat dilihat dari firman Allah surat Ali Imran ayat 190 – 191

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٩١﴾

Artinya:

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka.”

Dalam surat di atas dapat dilihat bahwa diperlukan pengaturan yang tepat untuk mendesain tata letak sebuah perusahaan agar memperlancar proses operasional.

Desain tata letak merupakan salah satu strategi dalam manajemen operasional, yaitu strategi yang digunakan untuk mengatur ruangan. Karena dengan desain yang telah direncanakan diharapkan proses kegiatan yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar.

Terdapat tiga aspek mengenai tata letak kantor yang dapat ditinjau dari segi keislaman yaitu:

1) Keteraturan

Agama Islam telah mengilhami umatnya untuk teratur dalam menjalani berbagai aspek kehidupannya, Dapat dilihat dari hadist riwayat Tirmidzi:

“Dari Syaddad bin Aus, ia berkata bahwasannya Rasulullah SAW, pernah bersabda: “*Sesungguhnya Allah SWT. Mewajibkan kalian untuk selalu melakukan setiap pekerjaan secara ihsan (baik, teratur)*” (HR. Tirmidzi: 1328)

Strategi *store layout* atau tata letak toko, menggambarkan bahwa seseorang memiliki sifat teratur dalam salah satu aspek kehidupannya. Mengatur *store layout* yang baik sudah menunjukkan bahwa suatu organisasi atau perusahaan mengamalkan ajaran islam yang mewajibkan untuk selalu melakukan setiap pekerjaan secara baik dan teratur.

2) Kemudahan

Sesungguhnya agama Islam adalah agama yang mudah dan menganjurkan kemudahan. Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa Allah Menghendaki kemudahan bagi semua umatnya.

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ ۗ

Artinya “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran. “(Al-Baqoroh: 185)

3) Keindahan

Allah sangat mencintai keindahan, dan Dia telah menciptakan manusia dalam bentuk terindah, juga memberikan ilham kepada mereka agar mereguk kesenangan dari berbagai macam kecantikan. Di antara semua ciptaan, hanya manusia saja yang mendapat iradah mengenal konsep “kecantikan”. Manusia tidak saja menikmati barang-barang cantik, tetapi juga berusaha membuatnya.

“*Sesungguhnya Allah itu Maha Indah, dan mencintai keindahan*” (HR. Muslim: 1921)

Aspek keindahan sangat penting untuk mengatur tata letak kantor agar para pegawai merasa nyaman untuk melihat *layout* yang sudah diatur

sedemikian rupa tersebut. Sudah menjadi hukum alam jika jiwa manusia cenderung untuk mendapatkan kesenangan dari benda-benda yang cantik dan terlihat indah. Kecenderungan manusia untuk mendapatkan kesenangan dari benda-benda yang indah tersebut juga harus diimbangi dengan mengingat Dzat yang Maha Indah dan pencipta keindahan.

فَقَالَ إِنِّي أَحْبَبْتُ حُبَّ الْخَيْرِ عَن ذِكْرِ رَبِّي حَتَّى تَوَارَتْ بِالْحِجَابِ ﴿٣٢﴾

“Maka ia berkata: Sesungguhnya Aku menyukai kesenangan terhadap barang yang baik (kuda) sehingga aku lalai mengingat Tuhanku sampai kuda itu hilang dari pandangan.” (QS. Shaad: 32)

Setiap keindahan adalah karya seni milik Allah semata, pencipta segala sesuatu. Itu sebabnya semua keindahan menakjubkan orang-orang beriman, dan mengapa semua orang beriman mensyukuri Allah atas semua karunia itu, dan makin tambah dekat kepada Nya. Seperti dijelaskan oleh ayat di atas, harta milik, kemuliaan, dan kekayaan, yang semuanya mungkin menggiring orang kafir pada kesesatan, hanya diperuntukkan kepada orang beriman agar mensyukuri Allah dan mendapatkan kesenangan Nya.

2.2.3 *Traffic Flow* (Arus Lalu Lintas)

Sritomo (2009:163) menyatakan bahwa pola aliran atau arus lalu lintas yang dipakai untuk pengaturan aliran bahan dalam proses produksi akan dibedakan menjadi lima, yaitu:

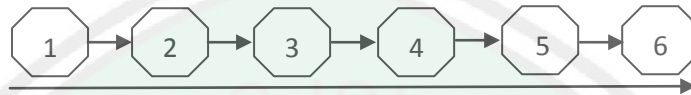
1. *Straight Line*

Pola aliran berdasarkan garis lurus atau *straight line* umum dipakai bilamana proses produksi berlangsung singkat, relatif sederhana dan umum terdiri dari beberapa komponen-komponen atau beberapa macam produksi *equipment*. Pola aliran bahan berdasarkan garis lurus ini akan memberikan:

- 1) Jarak yang terpendek antara dan titik
- 2) Proses atau aktivitas produksi berlangsung sepanjang garis lurus yaitu dari mesin nomor satu sampai ke mesin yang terakhir

- 3) Jarak perpindahan bahan secara total akan kecil karena jarak antar masing masing mesin adalah yang sepende-pendeknya.

Gambar 2.1: Pola Aliran Berdasarkan Garis Lurus (*Straight Line*)

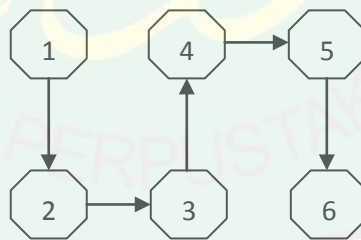


Sumber: Sritomo Wignjoesobroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

2. *Serpentine* atau zig-zag (*S-Shaped*)

Pola aliran berdasarkan garis-garis patah ini sangat baik diterapkan bilamana aliran proses produksi lebih panjang dibandingkan dengan luasan area yang tersedia. Untuk itu aliran bahan akan dobelokkan untuk menambah panjangnya garis aliran panjangnya garis aliran yang ada dan secara ekonomis hal ini akan dapat mengatasi segala keterbatasan dari area, dan ukuran dari bangunan yang ada.

Gambar 2.2: Pola Aliran Berdasarkan Garis-Garis patah atau zig-zag (*S-Shaped*)



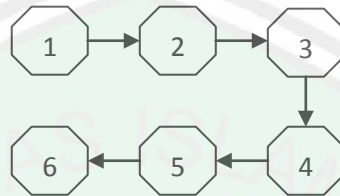
Sumber: Sritomo Wignjoesobroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

3. *U-Shaped*

Pola aliran menurut *U-Shaped* ini akan dipakai bilamana dikehendaki bahwa akhir dari proses produksi akan berada pada lokasi yang sama dengan awal proses produksinya. Hal ini akan mempermudah pemanfaatan fasilitas transportasi dan juga sangat mempermudah pengawasan untuk keluar masuknya material dari dan menuju pabrik. Aplikasi garis aliran bahan relatif panjang, maka pula *U-*

Shaped ini akan tidak efisien dan untuk ini lebih baik digunakan pola aliran bahan tipe zig-zag.

Gambar 2.3: Pola Aliran (*U-Shaped*)

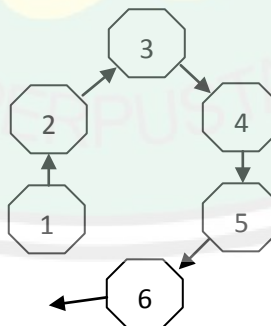


Sumber: Sritomo Wignjoesobroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

4. *Circular*

Pola aliran berdasarkan bentuk lingkaran (*circular*) sangat baik dipergunakan bilamana dikehendaki untuk mengembalikan material atau produk pada titik awal aliran produksi berlangsung. Hal ini juga baik dipakai apabila jurusan penerimaan dan pengiriman material atau produk jadi direncanakan untuk berada pada lokasi yang sama dalam pabrik yang bersangkutan.

Gambar 2.4: Pola Aliran *Circular*



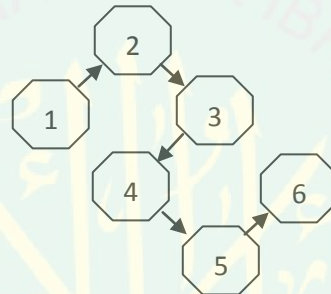
Sumber: Sritomo Wignjoesobroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

5. *Odd Angle*

Pola aliran berdasarkan *odd-angle* ini tidaklah begitu dikenal dibandingkan dengan pola-pola aliran yang lain. Pada dasarnya pola ini sangat umum dan baik digunakan untuk kondisi-kondisi seperti berikut:

- 1) Bilamana tujuan utamanya adalah untuk memperoleh garis aliran yang produk diantara suatu kelompok kerja dari area yang saling berkaitan.
- 2) Bilamana proses handling dilaksanakan secara mekanis
- 3) Bilamana keterbatasan ruangan menyebabkan pola aliran yang lain terpaksa tidak dapat diterapkan
- 4) Bilamana dikehendaki adanya pola aliran yang tetap dari fasilitas-fasilitas produksi yang ada.

Gambar 2.5: Pola Aliran *Odd Angle*



Sumber: Sritomo Wignjoesobroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

2.2.4 Activity Relationship Chart

Menurut Sritomo (2009:202), peta hubungan aktivitas atau *Activity Relationship Chart* adalah suatu cara atau teknik yang sederhana di dalam merencanakan tata letak fasilitas atau Jurusan berdasarkan derajat hubungan aktivitas yang sering dinyatakan dalam penilaian kualitatif dan cenderung berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang bersifat subyektif. Metode ini menggunakan kode-kode huruf yang akan menunjukkan derajat hubungan aktivitas secara kualitatif dan juga kode angka yang akan menjelaskan alasan untuk pemilihan kode huruf tersebut.

Derajat hubungan tersebut yaitu:

A = Mutlak perlu didekatkan

E = Sangat penting untuk didekatkan

I = Penting untuk didekatkan

O = Cukup atau biasa

U = Tidak penting

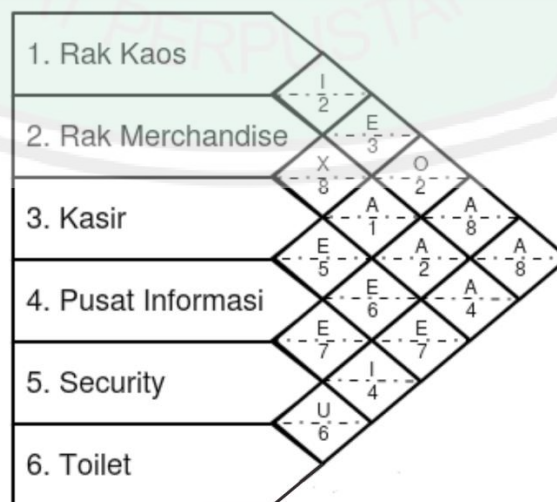
X = Tidak dikehendaki untuk berdekatan

Selanjutnya mengenai alasan-alasan untuk pemilihan derajat hubungan yang akan diberikan kode angka ini dapat diambil berdasarkan sifat atau karakteristik dari aktivitas masing-masing bagian atau Jurusan tersebut, misalnya seperti:

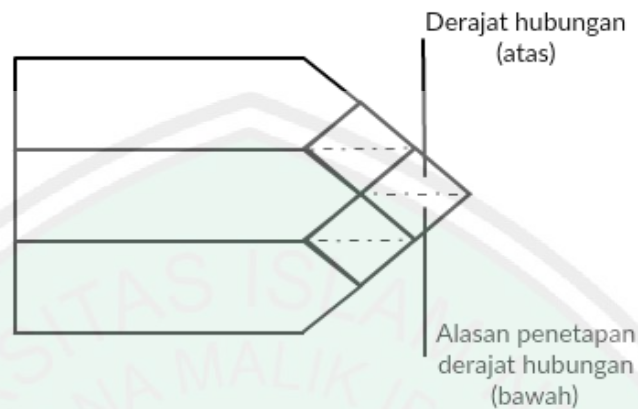
1. Kebisingan, debu, getaran, bau, dan lain-lain
2. Penggunaan mesin atau peralatan, data informasi, *material handling equipment* secara bersama-sama
3. Kemudahan aktivitas *supervise*
4. Kerjasama yang erat kaitannya dari operator masing-masing Jurusan yang ada.

Dalam metode ini, terdapat tahapan-tahapan penelitian. Tahap pertama yaitu menentukan derajat hubungan menggunakan kode huruf A, E, I, O, U, X, yang menggunakan pertimbangan deskripsi alasan-alasan lalu dibuat peta hubungan aktivitas. Deskripsi alasan dalam menentukan derajat hubungan antar bagian dapat diambil berdasarkan sifat/karakteristik dari aktivitas masing-masing bagian tersebut.

Gambar 2.6: Activity Relationship Chart



Sumber: Sritomo Wignjoesebroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

Gambar 2.7: Penjelasan *Activity Relationship Chart*

Sumber: Sritomo Wignjoesebroto. Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Barang 2009

Tahap kedua yaitu pembuatan *Activity Relationship Diagram* dengan cara mengisi *work sheet* atau lembaran kerja yang digunakan sebagai landasan untuk perencanaan tata letak. *Activity Relationship Chart* sangat berguna untuk perencanaan dan analisis hubungan aktivitas antar masing-masing Jurusan. Sebagai hasilnya maka data yang didapat selanjutnya akan dimanfaatkan untuk penentuan letak masing-masing Jurusan tersebut, yaitu lewat apa yang disebut dengan *Activity Relationship Diagram* (ARD). Pada dasarnya diagram ini menjelaskan mengenai hubungan pola aliran dan lokasi dari masing-masing Jurusan penunjang terhadap Jurusan produksinya. Berikut adalah contoh dari diagram ARC:

Gambar 2.8: *Activity Relationship Diagram*

Nomor & Nama Departemen	Derajat Keterdekatan					
	A	E	I	O	U	X
1. Rak Kaos	-	3	2	4	5,6	-
2. Rak Merchandise	4,5,6	-	1	-	-	3
3. Kasir	-	1,4,5,6	-	-	-	2
4. Pusat Informasi	2	3,5	6	1	-	-
5. Security	2,6	3,4	-	-	1	-
6. Toilet	2,5	3	4	-	1	-

Sumber: Sritomo Wignjoesebroto. Tata Letak Pabrik dan Pемindahan Barang 2009

Untuk membuat *Activity Relationship Diagram* ini, maka terlebih dahulu data yang diperoleh dari *Activity Relationship Chart* dimasukkan ke dalam suatu lembaran kerja (*work sheet*). Dengan data yang telah disusun secara lebih sistematis dalam *work sheet*, suatu *Activity Relationship Diagram* akan dapat dengan mudah dibuat. Disini ada dua cara yang bisa dipergunakan untuk membuat diagram (yang selanjutnya akan dipakai sebagai landasan untuk perencanaan tata letak bagian-bagian yang ada), yaitu sebagai berikut:

1. Dengan membuat suatu *Activity Template Block Diagram* (ATBD)
2. Dengan menggunakan kombinasi-kombinasi garis dan pemakaian kode warna yang telah distandarkan untuk setiap hubungan aktivitas yang ada.

Setelah itu, tahap ketiga adalah membuat *Activity Template Block Diagram*. Tiap-tiap *template* akan menjelaskan mengenai Jurusan yang bersangkutan dan hubungannya dengan aktivitas dari Jurusan-jurusan yang lain.

Gambar 2.9: *Activity Template Block Diagram*

A	3 E	A 4,5,6	E A	1,4,5,6 E
X - 1		X 3 2		X 2 3
I 2	4 O	I 1	O I	O
A 2	3,5 E	A 2,6	3 E	A 2,5 3 E
X 4		X 5		X 6
I 6	1 O	I	O I 4	O

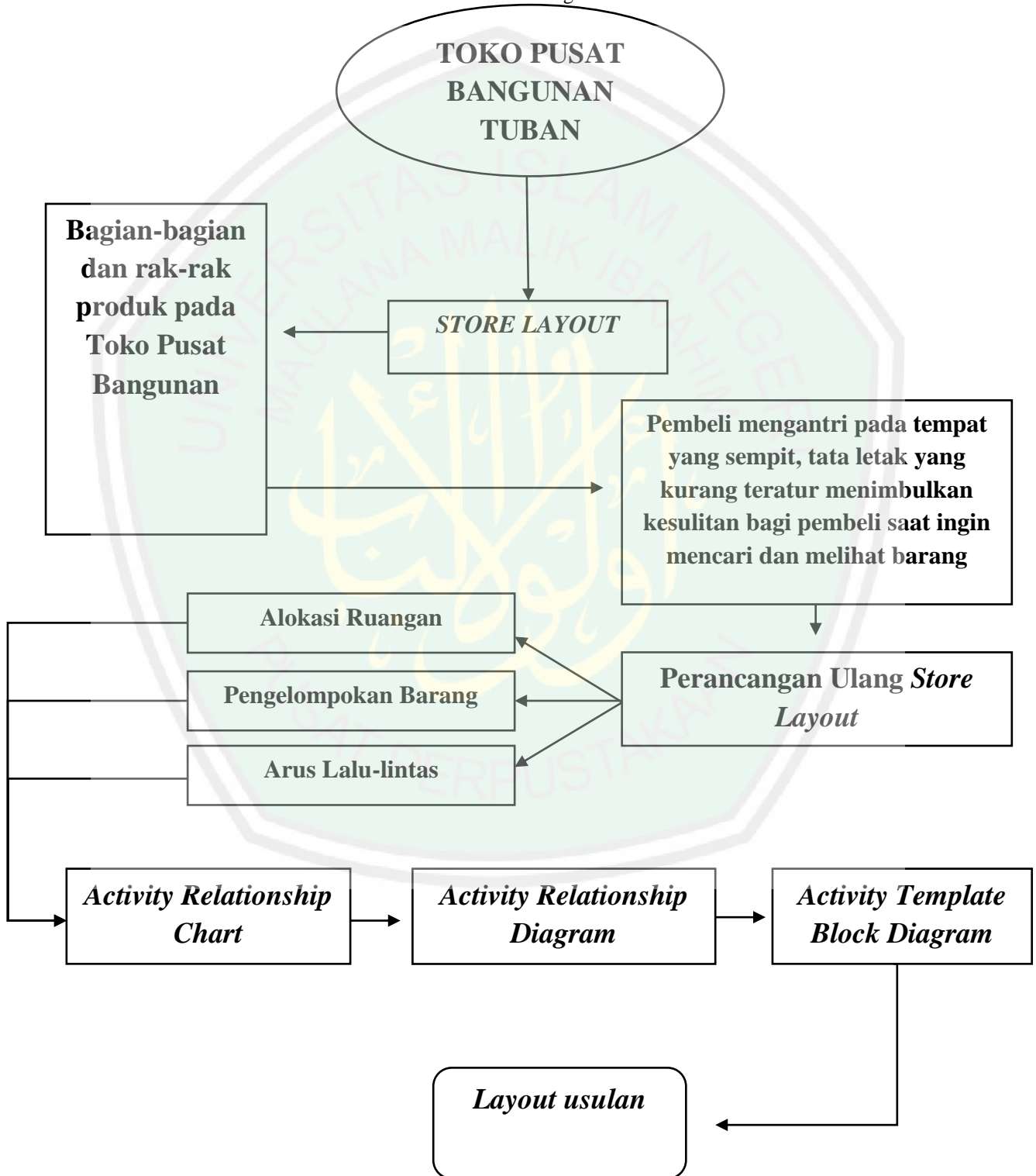
Sumber: Sritomo Wignjoesebroto. Tata Letak Pabrik dan Pемindahan Barang 2009

Pada *Activity Template Block Diagram* (ATBD), data yang telah dikelompokkan dalam *work sheet* kemudian dimasukkan ke dalam suatu *Activity Template*. Tiap-tiap *template* akan menjelaskan mengenai bagian atau Jurusan yang bersangkutan dan hubungannya dengan aktivitas dari Jurusan-Jurusan yang lain. *Template* di sini hanya bersifat memberi penjelasan mengenai hubungan aktivitas antara bagian satu dengan bagian yang lain, untuk itu skala luasan dari masing-masing bagian atau Jurusan tidak perlu diperhatikan benar. Langkah selanjutnya adalah memotong dan mengatur *template* tersebut sesuai dengan urutan derajat aktivitas yang dianggap penting dan diperlukan, yaitu berdasarkan urutan kode huruf A kemudian E dan seterusnya.

Perlu ditekankan di sini bahwa hubungan aktivitas dari suatu Jurusan dengan Jurusan yang lain seringkali ditunjukkan dengan cara lain yang jauh lebih berarti dibandingkan dengan melihat jarak pisah dari lokasi-lokasi fisiknya. Sebagai contoh hubungan yang dikaitkan dengan penyampaian informasi dalam hal ini tidak lagi sangat tergantung pada jarak yang jauh karena ada sarana telekomunikasi, jaringan komputer/televisi, lingkungan fisik yang tidak ergonomis seperti getaran, kebisingan, panas, dan lain-lain tidaklah perlu harus menjauhkan lokasi sumber-sumber tidak menyenangkan tersebut, karena dengan cara atau teknologi tertentu kita akan dapat mengisolasinya secara cepat.

2.2.5 Kerangka Berfikir

Gambar 2.10: Kerangka Berfikir



Dalam kerangka berpikir yang telah digambarkan di atas, dapat dijelaskan sekilas tentang bagaimana penelitian ini akan dilakukan. Objek penelitian ini adalah Toko Pusat Bangunan Tuban. Peneliti mengkhususkan meneliti strategi pemasaran melalui strategi *Store layout* yang sudah dilakukan selama ini oleh pihak Toko Pusat Bangunan Tuban.

Setelah menganalisis kondisi awal *Store layout* pada Toko Pusat Bangunan Tuban, peneliti mengidentifikasi bagian-bagian dan rak-rak produk yang ada di dalam toko. Dari bagian-bagian tersebut, peneliti melihat bahwa terdapat ketidak sesuaian tata letak yang dilakukan pihak Toko Pusat Bangunan Tuban. Dari tata letak yang terdapat disana, menimbulkan ketidak nyamanan konsumen saat berbelanja. Mereka harus menunggu pada tempat yang sempit dan kurang nyaman saat berbelanja.

Dari fenomena ketidak sesuaian *Store layout* tersebut, peneliti bermaksud menyesuaikan tata letak yang akan digunakan Toko Pusat Bangunan agar lebih terlihat menarik dan tidak lagi menimbulkan ketidak nyamanan dan kesulitan bagi pembeli di dalam toko saat berbelanja. Dalam menyesuaikan tata letak toko ini, peneliti mengambil tiga aspek untuk diperhatikan dan diteliti secara benar. Tiga aspek tersebut adalah alokasi ruangan, pengelompokan barang-barang, dan arus lalu lintas pengunjung mulai dari masuk hingga keluar toko.

Ketiga aspek di atas akan diteliti menggunakan metode *Activity Relationship Chart*, yaitu teknik dalam merencanakan tata letak berdasarkan derajat hubungan aktivitas. Dalam metode ini, terdapat tahapan-tahapan penelitian. Tahapan pertama yaitu menentukan derajat hubungan menggunakan kode huruf A, E, I, O, U, X, lalu dibuat peta hubungan aktivitas. Tahap kedua yaitu pembuatan *Activity Relationship Diagram* dengan cara mengisi *work sheet* atau lembaran kerja yang digunakan sebagai landasan untuk perencanaan tata letak. Setelah itu, tahap ketiga adalah membuat *Activity Template Block Diagram*.

Tiap-tiap *template* akan menjelaskan mengenai departemen yang bersangkutan dan hubungannya dengan aktivitas dari departemen-departemen yang lain.

Setelah tahap ketiga selesai, tahap terakhir adalah menyesuaikan tata letak yang akan dirancang dengan mempertimbangkan penjelasan tiap-tiap *template* tersebut, luas ruangan, ukuran tiap bagian yang ada dalam ruangan, dan keindahannya. Dari tahapan-tahapan menggunakan metode *Activity Relationship Chart* ini, dapat dilihat bagaimana *Store layout* usulan yang sesuai digunakan di Toko Pusat Bangunan Tuban dan diharapkan dapat lebih membuat daya tarik bagi konsumen yang akan memasuki toko untuk berbelanja.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, peneliti memilih sebuah lokasi dimana penelitian ini akan dilakukan. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Toko Pusat Bangunan Tuban. Pemilihan Toko Pusat Bangunan sebagai lokasi penelitian dikarenakan memiliki kendala yang berkaitan dengan *layout* dimana para pengunjung memberikan tanggapan negatif terhadap sempitnya area bagi pengunjung dan sulitnya pengunjung dalam mencari barang sehingga diperlukan perancangan ulang *layout* toko agar dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* dan subyek yang diteliti. Tipe penelitian ini umumnya berkaitan dengan opini (individu, kelompok, atau organisasional), kejadian, atau prosedur. (Nur dan Bambang, 2002:26)

3.3 Data dan Jenis Data

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berupa tanggapan, saran, dan penilaian dari informan. Selain itu

data primer dapat diperoleh dari hasil wawancara yang berupa penjelasan dan keterangan yang dibutuhkan peneliti dari pihak Toko Pusat Bangunan Tuban, serta keterangan hasil pengamatan secara langsung tentang *store layout* di Toko Pusat Bangunan Tuban.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Sedangkan menurut Sumarsono (2004:69). Data ini erat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Data sekunder dapat diperoleh dari pihak manajemen Toko Pusat Bangunan sendiri yang tentunya dibutuhkan peneliti dan sangat berkaitan dengan apa yang akan diteliti, misalnya omset penjualan dalam sehari produk-produk Toko Pusat Bangunan, rata-rata penjualan yang datang dalam sehari. Selain itu, data sekunder juga dapat diperoleh dari literatur, buku-buku, dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang akan diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk keperluan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Tika (2005:58) Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian. Observasi penelitian ini dilakukan langsung oleh peneliti pada Toko Pusat Bangunan Tuban dengan mengamati dan mencatat bagaimana kondisi *layout* toko yang saat ini digunakan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan meminta keterangan melalui tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Peneliti akan mengadakan wawancara langsung dengan pihak manajemen Toko Pusat Bangunan Tuban yang berhubungan langsung

dengan masalah yang sedang diteliti, peneliti menanyakan derajat keterdekatan antara suatu bagian dengan bagian yang lain sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat diperoleh untuk kemudian diterapkan pada metode *Activity Relationship Chart*.

3.5 Model Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Activity Relationship Chart*. Metode ini digunakan untuk menganalisa dan membandingkan *layout* ruangan dalam toko berdasarkan penilaian kualitatif dengan hasil akhir yang akan digambarkan dengan *Activity Relationship Diagram*. Tolak ukur untuk membandingkan *layout* ruangan dengan menggunakan kode-kode huruf seperti A (Mutlak untuk didekatkan), E (Sangat penting untuk berdekatan), I (Penting untuk berdekatan), O (Cukup/biasa untuk berdekatan), U (Tidak penting untuk berdekatan), X (Tidak diinginkan berdekatan).

Dalam metode ini, terdapat tahapan-tahapan penelitian. Tahap pertama yaitu menentukan derajat hubungan menggunakan kode huruf A, E, I, O, U, X, yang menggunakan pertimbangan deskripsi alasan-alasan lalu dibuat peta hubungan aktivitas. Deskripsi alasan dalam menentukan derajat hubungan antar bagian dapat diambil berdasarkan sifat/karakteristik dari aktivitas masing-masing bagian tersebut, misalnya seperti:

- a. Penggunaan catatan secara bersama
- b. Menggunakan tenaga kerja yang sama
- c. Menggunakan *space area* yang sama
- d. Derajat kontak personel yang sering dilakukan
- e. Derajat kontak kertas kerja yang sering dilakukan
- f. Urutan aliran kerja
- g. Melaksanakan kegiatan kerja yang sama
- h. Menggunakan peralatan kerja yang sama
- i. Kemungkinan adanya bau yang tidak mengenakan, ramai, dll.

Tahap kedua yaitu pembuatan *Activity Relationship Diagram* dengan cara mengisi *work sheet* atau lembaran kerja yang digunakan sebagai landasan untuk perencanaan tata letak.

Setelah itu, tahap ketiga adalah membuat *Activity Template Block Diagram*. Tiap-tiap *template* akan menjelaskan mengenai Jurusan yang bersangkutan dan hubungannya dengan aktivitas dari Jurusan-jurusan yang lain.

Setelah tahap ketiga selesai, adalah tahap terakhir, yaitu menyesuaikan tata letak yang akan dirancang dengan mempertimbangkan penjelasan tiap-tiap *template* tersebut, luas ruangan, ukuran tiap bagian yang ada dalam ruangan, dan keindahannya. Dari tahapan-tahapan menggunakan metode *activity relationship chart* ini, dapat dilihat bagaimana *store layout* yang akan digunakan di Toko Pusat Bangunan Tuban.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Awal berdirinya Toko Pusat Bangunan berawal dari dibukanya sebuah toko kecil pada tahun 1992 di Jalan Sidokumpul Kecamatan Bangilan Kabupaten Tuban oleh Bapak Yusuf Riza (pemilik Toko Pusat Bangunan). Pada saat itu Toko Pusat Bangunan masih belum memiliki pesaing khusus yang menjual bahan-bahan bangunan karena sebagian besar pesaing juga menjual produk-produk selain bahan bangunan. Dalam menghadapi persaingan dengan penjual bahan bangunan yang lain pada saat itu, Bapak Yusuf membuka toko lebih awal dari para pesaingnya tepatnya pada pukul 05.30 WIB dini hari untuk menyiapkan barang-barangnya sebelum para pekerja mulai membangun.

Alasan Bapak Yusuf memutuskan untuk membuka sebuah toko pada bidang bangunan adalah karena beliau pernah mendengar sebuah hadits yang mengatakan bahwa pada akhir zaman orang-orang akan berlomba-lomba dalam membangun dan mendirikan rumah. Selain itu juga menurut Bapak Yusuf toko bangunan tidak perlu buka hingga larut malam dan maksimal hanya hingga pukul 16.00 WIB sore hari, sehingga waktu malam hari dapat digunakan untuk istirahat dan beribadah. Pemilihan nama “Toko Pusat Bangunan” oleh Bapak Yusuf adalah karena beliau ingin toko tersebut dapat menjadi pusat atau *central* bahan dan peralatan bangunan di Kecamatan Bangilan. Bapak Yusuf beranggapan bahwa nama adalah cita-cita sekaligus do’a.

Produk-produk yang dijual oleh Toko Pusat Bangunan seiring berjalannya waktu terus bertambah sedikit demi sedikit karena melihat kebutuhan masyarakat yang masih belum tercukupi, hal ini menjadi peluang tersendiri bagi

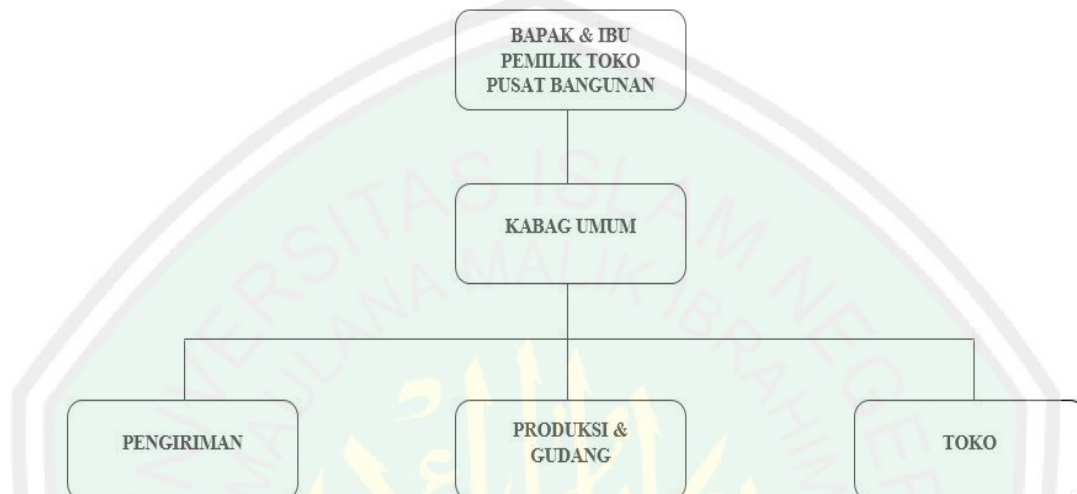
Toko Pusat Bangunan untuk berkembang. Produk yang disediakan pada saat itu mayoritas adalah alat dan obat-obatan dalam bidang pertanian dan peternakan melihat banyaknya pertanian dan peternakan di daerah sekitar, selain pertanian dan peternakan Toko Pusat Bangunan juga menyediakan alat-alat sepeda karena melihat banyaknya anak-anak. Seiring dengan masuknya listrik di Kecamatan Bangilan, Toko Pusat Bangunan juga menyediakan peralatan kelistrikan.

Setelah berjalan selama 10 tahun Toko Pusat Bangunan mulai mengurangi produk-produk pertanian dan peternakan dikarenakan persaingan dalam bidang tersebut mulai banyak dan sulit, salah satu penyebabnya adalah sulitnya mendapat produk obat-obatan dan pupuk pada saat itu. Bapak Yusuf memutuskan untuk lebih fokus pada bidang bangunan dan mulai memproduksi sendiri beberapa produk bahan bangunan.

Toko Pusat Bangunan memperkerjakan 6 karyawan yang dibagi pada bagian-bagian tertentu seperti bagian produksi dan gudang, bagian pengiriman, dan bagian pramuniaga atau toko. Jumlah item atau barang dagang yang dijual kurang lebih sebanyak 300 item, beberapa diantaranya dipajang pada rak-rak dan etalase yang tersedia. Toko Pusat Bangunan memiliki 9 rak dan 4 etalase, rak-rak tersebut berbentuk persegi panjang dengan ukuran panjang 3 meter, tinggi 2 meter, dan lebar 1 meter. Dari rak-rak tersebut terdapat 6 susunan atau tingkatan yang digunakan untuk memajang barang dagangan.

4.1.2 Struktur Organisasi

Gambar 4.1: Struktur Organisasi



Sumber: Toko Pusat Bangunan Tuban

4.1.3 Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan

Gambaran umum mengenai kegiatan Toko Pusat Bangunan ini adalah menjual berbagai macam barang yang tidak diproduksi sendiri melainkan Toko Pusat Bangunan bekerja sama dengan *supplier* dari luar maupun dalam daerah seperti peralatan listrik, bahan bangunan, alat pertanian, alat pengairan, dan alat pertukangan. Pihak Toko Pusat Bangunan hanya memesan, menerima, dan menjual apa yang mereka inginkan dari kualitas barang, bentuk barang, macam-macam barang, dan mereknya saja. Adapun beberapa produk bahan bangunan yang diproduksi sendiri oleh pihak Toko Pusat Bangunan seperti genteng dan gorong-gorong, namun produksinya hanya dalam skala kecil.

Toko Pusat Bangunan buka setiap hari dan mulai bekerja pukul 07.00 hingga 16.00 WIB dan hanya tutup pada hari-hari tertentu saja seperti hari raya. Seringkali Toko Pusat Bangunan juga bekerja sama dengan para kontraktor proyek seperti proyek pembangunan jalan, masjid, kantor, dan lain sebagainya.

Selain melayani penjualan di toko, Toko Pusat Bangunan juga menyediakan layanan pengiriman khusus untuk produk bahan bangunan. Saat ini Toko Pusat Bangunan memiliki lima orang karyawan yang dibagi dalam bagian pengiriman, produksi, dan toko.

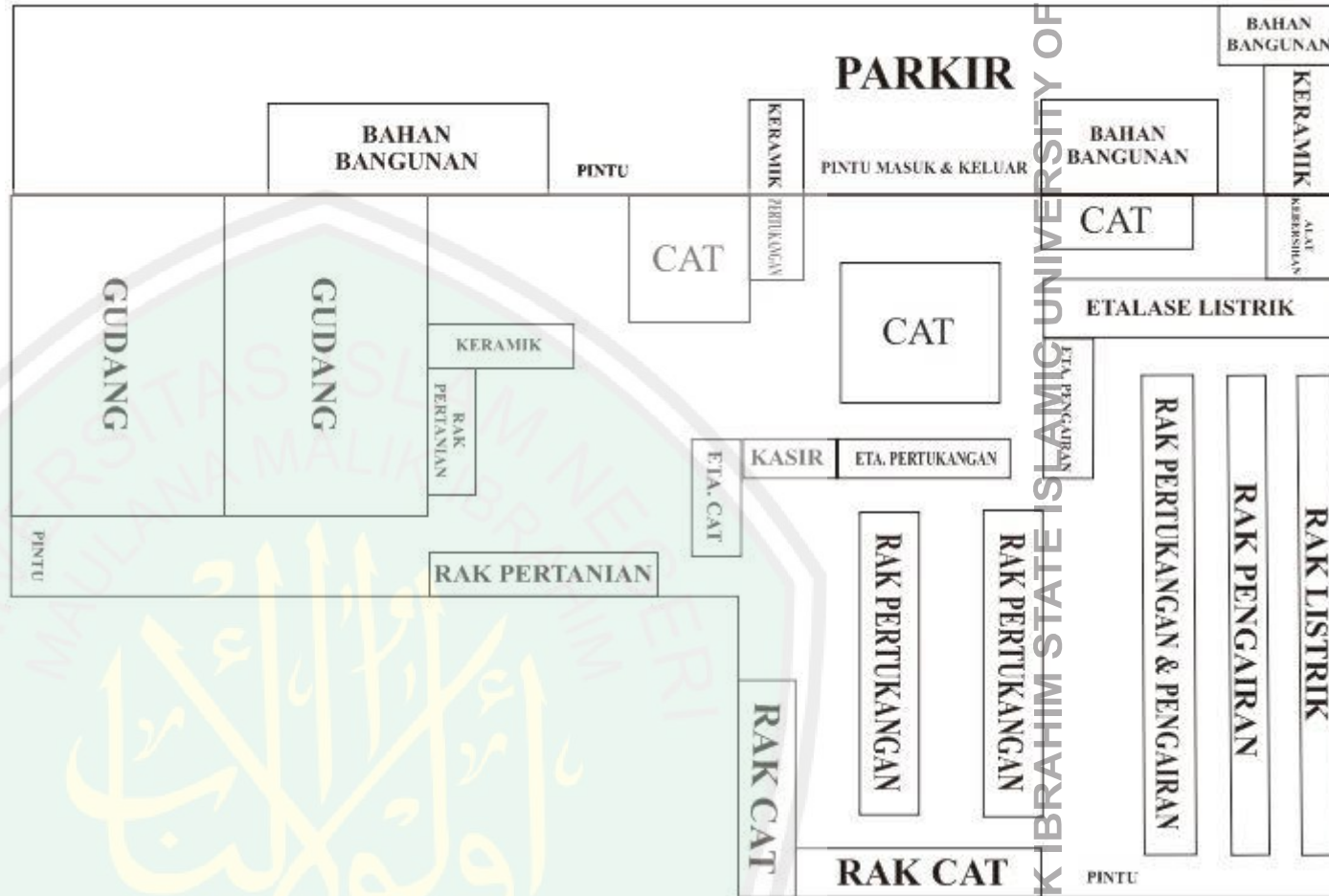
4.2 Data dan Hasil Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti mewawancarai para pengunjung toko guna langkah awal meneliti situasi dan kondisi mengenai *store layout* Toko Pusat Bangunan. Dari hasil wawancara 10 pengunjung toko tersebut, dapat disimpulkan bahwa tata letak Toko Pusat Bangunan memang belum tertata dengan baik. Hasil ini sama halnya dengan survey awal peneliti yang mengatakan bahwa belum ada kenyamanan yang dirasakan oleh para pengunjung mengenai tata letak Toko Pusat Bangunan.

Tidak hanya para pengunjung yang merasakan ketidaknyamanan mengenai tata letak tersebut, para karyawan toko pun merasakan demikian, bahkan pemilik toko juga merasakan hal yang sama. Beliau sadar bahwa *layout* yang dibangun memang belum sepenuhnya tertata dengan baik dan nyaman. Banyaknya macam dan jumlah produk yang dijual menjadi pertimbangan yang sulit dalam menentukan tata letak pada toko tersebut. Tata letak yang kurang beraturan ini seringkali membuat para pengunjung merasa bingung ketika berkunjung dan terbatasnya *space area* untuk pengunjung menimbulkan ketidaknyamanan karena terasa sempit terutama pada saat banyaknya antrian pembeli.

Dalam hal ini, peneliti ingin menganalisis desain tata letak yang seperti apa yang seharusnya digunakan Toko Pusat Bangunan. Peneliti akan mempertimbangkan pendapat dan keinginan para pengunjung, pihak manajemen, pemilik, dan juga kesesuaian dengan teori *layout* yang ada. Peneliti akan mencoba menggabungkan ketiga aspek tersebut untuk mendesain ulang *layout* usulan agar nantinya para pengunjung merasa nyaman dan tidak lagi kebingungan saat berusaha menemukan produk yang dicari.

Gambar 4.2: Denah Awal Toko Pusat Bangunan



Sumber: Toko Pusat Bangunan

Dari gambar denah lokasi awal sebenarnya yang digunakan Toko Pusat Bangunan di atas tampak terlihat bahwa pihak manajemen tidak terlalu memperhatikan secara detail tentang tata letak yang dipakai sehingga penempatan barang yang dijual pun tidak terlihat rapi dan tertata dengan baik. Banyaknya macam dan jenis barang yang tidak tertata dengan rapi ini akan mudah membuat pengunjung merasa bingung terutama saat mencari barang yang ingin dibeli, dan *space area* yang sangat terbatas bagi pengunjung akan mempersulit mereka untuk melihat atau mencari barang.

Dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*, peneliti mencoba mendesain ulang tata letak yang seharusnya digunakan oleh Toko Pusat Bangunan. Tahap pertama peneliti menentukan derajat hubungan keterdekatan menggunakan kode huruf A, E, I, O, U, X antara sepuluh bagian yang terdapat pada Toko Pusat Bangunan yaitu:

1. Listrik
2. Keramik
3. Pertukangan
4. Bahan bangunan
5. Pengairan
6. Pertanian
7. Cat
8. Kasir
9. Gudang
10. Alat kebersihan

Setelah mengidentifikasi bagian-bagian tersebut peneliti melakukan wawancara dengan pihak manajemen untuk memperoleh data yang akan digunakan untuk menentukan derajat hubungan keterdekatan antara bagian yang

satu dengan bagian yang lain. Hasil dari wawancara dengan pihak manajemen Toko Pusat Bangunan tentang hal ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1

Tabel Hasil Wawancara Pihak Manajemen

Tahap I Menentukan Derajat Hubungan Keterdekatan dari Hasil Wawancara

PERNYATAAN	DERAJAT KETERDEKATAN						KETERANGAN
	A	E	I	O	U	X	
Hubungan antara Kasir dan Listrik			√				2
Hubungan antara Kasir dan Pertukangan			√				2
Hubungan antara Kasir dan Keramik					√		4
Hubungan antara Kasir dan Pengairan					√		4
Hubungan antara Kasir dan Pertanian						√	4
Hubungan antara Kasir dan Cat					√		4
Hubungan antara Kasir dan Gudang						√	4
Hubungan antara Kasir dan Bangunan						√	4
Hubungan antara Kasir dan Alat kebersihan				√			
Hubungan antara Listrik dan Pertukangan				√			
Hubungan antara Listrik dan Keramik					√		4
Hubungan antara Listrik dan Pengairan					√		4
Hubungan antara Listrik dan Pertanian					√		4
Hubungan antara Listrik dan Cat					√		4
Hubungan antara Listrik dan Gudang						√	4

Hubungan antara Listrik dan Bahan bangunan					√	4
Hubungan antara Listrik dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Keramik					√	8
Hubungan antara Pertukangan dan Pengairan			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Pertanian			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Cat			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Gudang					√	4
Hubungan antara Pertukangan dan Bahan bangunan					√	4
Hubungan antara Pertukangan dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Keramik dan Pengairan					√	8
Hubungan antara Keramik dan Pertanian					√	8
Hubungan antara Keramik dan Cat					√	8
Hubungan antara Keramik dan Gudang					√	8
Hubungan antara Keramik dan Bahan bangunan					√	8
Hubungan antara Keramik dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Pengairan dan Pertanian					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Cat			√			
Hubungan antara Pengairan dan Gudang					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Bahan bangunan					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Alat kebersihan			√			

Hubungan antara Pertanian dan Cat					√		4
Hubungan antara Pertanian dan Gudang					√		4
Hubungan antara Pertanian dan Bahan bangunan					√		4
Hubungan antara Pertanian dan Alat kebersihan					√		4
Hubungan antara Cat dan Gudang				√			
Hubungan antara Cat dan Bahan bangunan				√			
Hubungan antara Cat dan Alat kebersihan				√			
Hubungan antara Gudang dan Bahan bangunan	√						2
Hubungan antara Gudang dan Alat kebersihan					√		4
Hubungan antara Bahan bangunan dan Alat kebersihan						√	4

Sumber: Wawancara Bapak Yusuf Pemilik Toko Pusat Bangunan Tuban

Hasil diatas diperoleh dari wawancara pihak manajemen Toko Pusat Bangunan melalui pertimbangan berbagai alasan terkait dengan hubungan keterdekatan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain. Alasan-alasan yang digunakan adalah sebagai berikut:

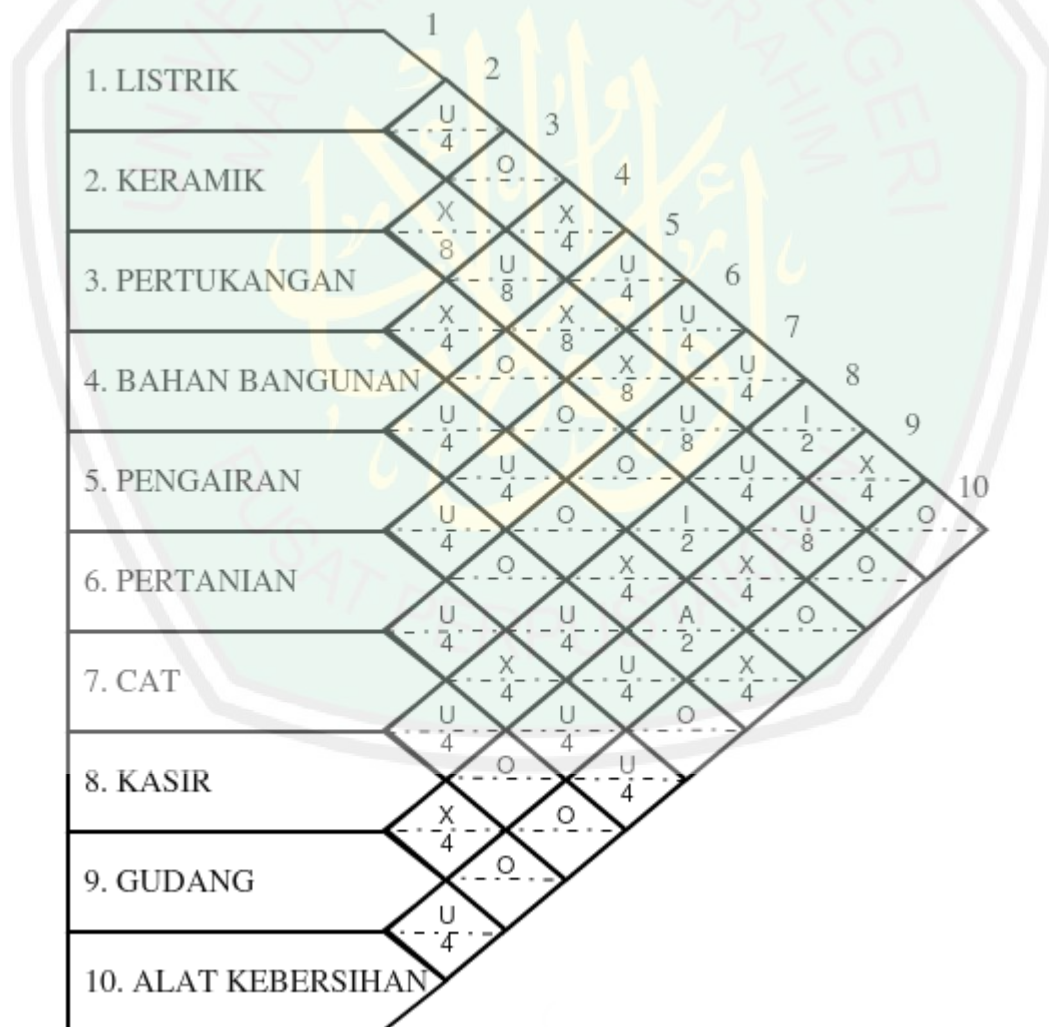
1. Menggunakan *space area* yang sama
2. Urutan aliran kerja
3. Derajat kontak personel yang sering dilakukan
4. Kemungkinan adanya debu, bau, suara dan lain-lain.
5. Menggunakan tenaga kerja yang sama
6. Penggunaan catatan secara bersama
7. Menggunakan peralatan kerja yang sama
8. Barang mudah pecah

Setelah mengetahui keinginan dan pertimbangan berbagai alasan pihak manajemen terkait hubungan keterdekatan antara masing-masing bagian, selanjutnya peneliti membuat peta hubungan aktivitas dari hasil diatas, sebagai berikut:

Gambar 4.3

Gambar Peta Hubungan Aktivitas

Tahap II Membuat Peta Hubungan Aktivitas



Sumber: Data Diolah

Tahap ketiga yaitu pembuatan *Activity Relationship Diagram* dengan cara mengisi *work sheet* yang digunakan sebagai landasan untuk penentuan tata letak.

Tabel 4.2

Tabel *Activity Relationship Diagram*

Tahap III Pembuatan *Activity Relationship Diagram*

Nomor & Nama Departemen	DERAJAT KETERDEKATAN					
	A	E	I	O	U	X
1. Listrik			8	3,1	2,5,6,7	4,9
2. Keramik				10	1,4,7,8,9	3,5,6
3. Pertukangan			8	1,5,6,7,10		2,4,9
4. Bahan bangunan	9			7	2,5,6	1,3,8,10
5. Pengairan				3,7,10	1,4,6,8,9	2
6. Pertanian				3	1,4,5,7,9,10	2,8
7. Cat				3,4,5,9,10	1,2,6,8	
8. Kasir			1,3	10	2,5,7	4,6,9
9. Gudang	4			7	2,5,6,10	1,3,8
10. Alat kebersihan				1,2,3,5,7,8	6,9	4

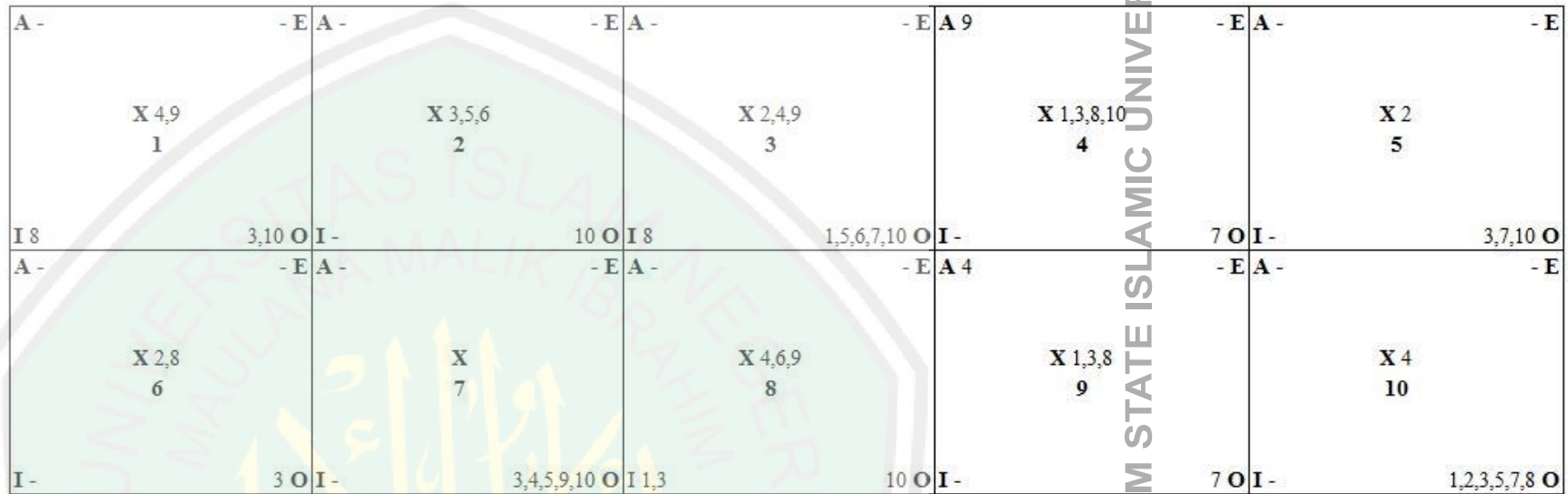
Sumber: Data Diolah

Setelah itu, tahap keempat adalah membuat *Activity Template Block Diagram*. Tiap-tiap template akan menjelaskan mengenai bagian yang bersangkutan dan hubungannya dengan aktivitas dari bagian yang lain.

Gambar 4.4

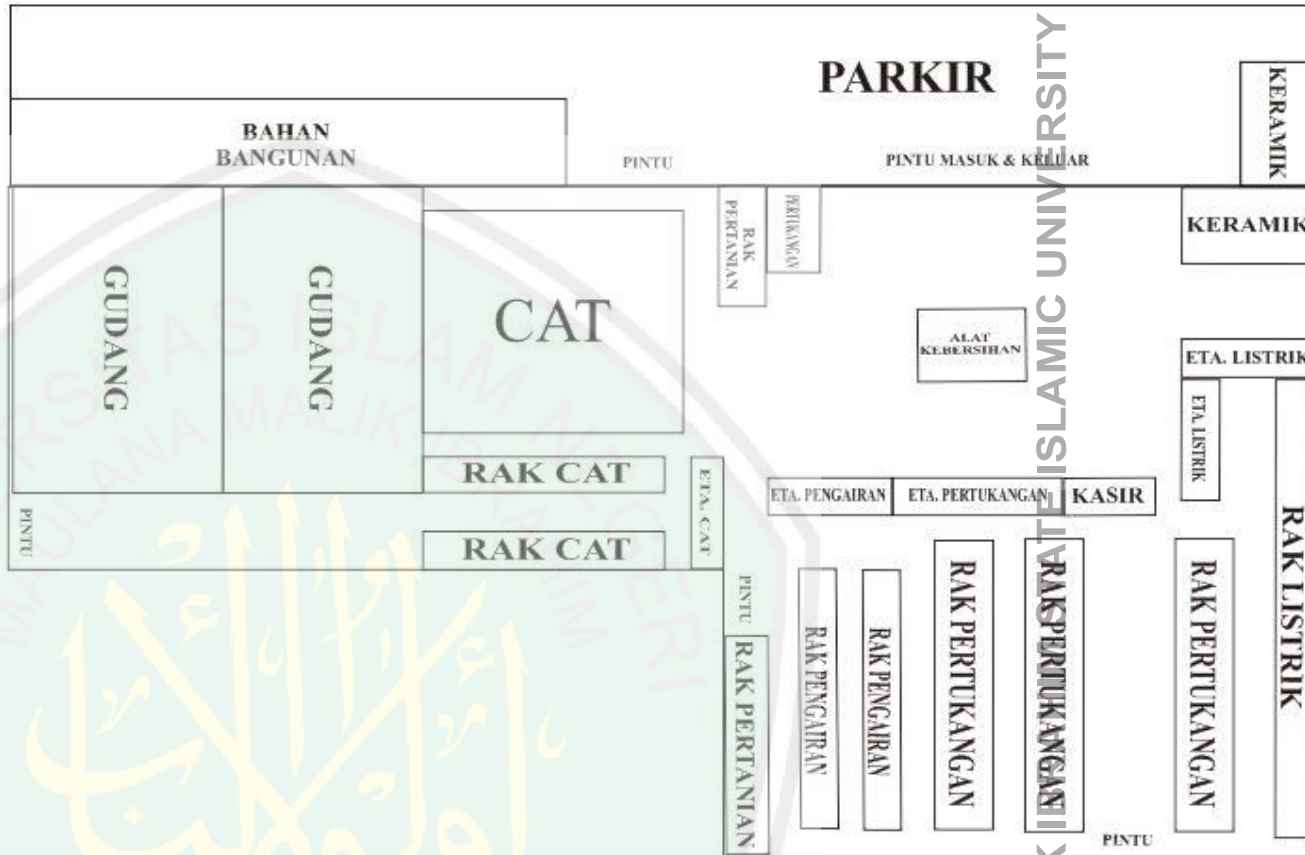
Gambar Activity Template Block Diagram

Tahap IV Pembuatan Activity Template Block Diagram



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.5
Gambar Store Layout Usulan



Sumber: Data Diolah

Denah usulan di atas adalah representasi dari berbagai tahapan *Activity Relationship Chart* untuk menghasilkan *layout* usulan yang akan digunakan. Terbentuknya *layout* usulan di atas adalah hasil dari penelitian dan analisis hubungan keterdekatan antar bagian-bagian dalam toko menurut teori dan pertimbangan pihak manajemen Toko Pusat Bangunan. Tata letak usulan dibuat sesederhana mungkin agar barang-barang yang dijual dalam toko dapat tertata rapi dan para pembeli lebih mudah untuk dapat melihat atau mencari barang yang diinginkan.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Kondisi awal tata letak Toko Pusat Bangunan saat ini masih tampak kurang optimal, hal ini dapat dilihat dari tanggapan dari para pengunjung yang merasa kebingungan saat berbelanja. Tidak teraturnya tata letak toko menimbulkan ketidaknyamanan dalam berbelanja. Bagian-bagian di dalam toko yang peletakannya tidak sesuai, serta alur lalu lintas pengunjung yang tidak sistematis seharusnya dapat dibenahi demi menghasilkan *layout* toko yang tidak membingungkan sehingga menyebabkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis mengenai *layout* atau tata letak awal yang digunakan Toko Pusat Bangunan saat ini, menghasilkan tanggapan para pengunjung yang hampir semuanya merasa tidak nyaman dalam berbelanja di Toko Pusat Bangunan. Pihak manajemen toko tidak memiliki strategi khusus mengenai tata letak toko, sehingga mereka tidak terlalu memperhatikan rapi atau tidaknya toko, dan nyaman atau tidaknya pengunjung ketika berbelanja. Pihak manajemen hanya berpikir di mana ada ruang atau tempat kosong, maka mereka meletakkan barang yang akan dijual. Tidak ada penataan secara khusus mengenai tata letak toko yang bertujuan agar pengunjung merasa senang dan nyaman berbelanja. Dari kondisi semacam itulah tahapan-tahapan pembuatan tata letak baru toko dilakukan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. Tata letak usulan ini diharapkan mampu mewakili keinginan para pengunjung agar merasa nyaman dan lebih mudah saat berbelanja di dalam toko.

Dari hasil penelitian terbentuklah *layout* baru yang seharusnya dapat digunakan oleh Toko Pusat Bangunan demi memperbaiki tanggapan buruk para pengunjung yang banyak merasa kesulitan dengan tata letak toko dan dikawatirkan tidak berminat untuk kembali berbelanja di Toko Pusat Bangunan. Metode *Activity Relationship Chart* membantu memudahkan perancangan ulang tata letak toko sebagaimana mestinya sesuai keinginan pihak manajemen Toko Pusat Bangunan dengan pertimbangan-pertimbangan yang tentunya selalu berorientasi kepada konsumen.

Melalui tahapan-tahapan metode *Activity Relationship Chart* yang telah dilakukan, menghasilkan *layout* baru yang dapat digunakan pada Toko Pusat Bangunan agar lebih terlihat rapi, nyaman, mudah, dan terdapat unsur keindahan didalamnya. Dibandingkan dengan *layout* lama yang digunakan saat ini, *layout* usulan tersebut lebih baik jika benar-benar diterapkan dalam toko. Disamping sesuai dengan teori, *layout* usulan tersebut juga benar-benar hasil dari keinginan pihak manajemen Toko Pusat Bangunan yang mempertimbangkan kenyamanan berbelanja para konsumennya.

Seperti yang terlihat dari denah usulan, letak bagian Listrik dan Kasir mendapatkan kode “I” yang artinya penting untuk didekatkan, serta mendapat keterangan berupa angka “2” yang berarti urutan aliran kerja. Urutan aliran kerja yang dimaksud adalah para pengunjung setelah mendapatkan barang yang diinginkan mereka akan segera membayar pada bagian kasir, menurut pihak manajemen bagian listrik merupakan bagian yang praktis dan cepat penjualannya sehingga pembeli tidak perlu berlama-lama menunggu dan dapat segera membayar belanjanya pada bagian Kasir dan pulang. Sama halnya dengan bagian Pertukangan dan Kasir juga mendapat kode “I” yang artinya penting untuk didekatkan dengan alasan yang sama yakni angka “2” yaitu urutan aliran kerja. Bagian Listrik dan Pertukangan sama-sama penting untuk didekatkan dengan bagian Kasir karena dinilai sebagai bagian yang sangat praktis dalam proses penjualannya, dengan adanya perubahan ini akan mempercepat pelayanan sehingga dapat mengurangi antrian dengan lebih cepat.

Untuk bagian Bahan bangunan dan Gudang mendapatkan kode “A” yang artinya mutlak untuk didekatkan dengan berbagai alasan, yang pertama adalah urutan aliran kerja, yang kedua adalah menggunakan tenaga kerja yang sama, dan yang ketiga adalah menggunakan peralatan kerja yang sama. Dari keterangan pihak manajemen hal ini dikarenakan kedua bagian tersebut lebih sering dikerjakan oleh divisi pengiriman yang dikerjakan oleh tenaga kerja yang sama dan menggunakan peralatan kerja yang sama dalam hal ini mobil yang digunakan untuk pengiriman, selain itu juga pengiriman cenderung dilakukan untuk barang-barang yang sulit untuk dibawa pulang sendiri oleh pembeli seperti semen, besi, kayu, dan pipa yang kebanyakan berada dalam gudang sehingga menurut pihak manajemen termasuk dalam urutan aliran kerja.

Bagian Pertanian dan Kasir mendapatkan kode “X” yang artinya mutlak untuk dijauhkan dengan alasan angka “4” karena kemungkinan adanya bau tidak sedap yang ditimbulkan dari obat-obatan pertanian yang jika berdekatan dengan Kasir dapat mengganggu kenyamanan pembeli saat berbelanja. Bagian Keramik mendapatkan kode “X” dengan bagian Pertukangan, Pengairan, dan Pertanian dengan alasan angka “8” karena keramik merupakan produk yang cenderung mudah pecah, selain itu juga bagian Pertukangan, Pengairan, dan Pertanian cenderung sedikit berdebu dan mudah mengotori keramik yang dipajang. Sedangkan bagian Keramik dengan bagian yang lainnya mendapat kode “U” yang artinya tidak perlu berdekatan dengan alasan yang sama yakni karena barang mudah pecah.

Bagian-bagian yang paling banyak mendapat kode huruf “X” adalah antara Bahan bangunan dengan Listrik, Pertukangan, Kasir, dan Alat kebersihan dengan alasan kode angka “4” yang artinya kemungkinan adanya debu karena bahan-bahan bangunan diantaranya seperti genteng, batu bata, dan pasir memang cenderung berdebu sehingga sebisa mungkin untuk dijauhkan dari tiap-tiap bagian yang ada. Sama halnya dengan bagian Gudang yang berisi bahan-bahan bangunan juga berdebu sehingga juga mendapatkan kode “X” dan “U” dengan bagian-bagian lainnya yang artinya mutlak untuk dijauhkan dan tidak perlu didekatkan.

Tetapi antara bagian Cat dengan bagian Bahan bangunan dan Gudang mendapatkan kode huruf “O” yang artinya cukup atau tidak apa-apa untuk didekatkan.

Sedangkan untuk bagian Alat kebersihan cenderung mendapat kode “O” dengan bagian-bagian yang lain yang artinya cukup atau tidak apa-apa untuk didekatkan sehingga bersifat *flexible* atau dapat ditempatkan dimana saja kecuali dengan bagian pertanian, gudang, dan bahan bangunan karena alasan adanya debu dan bau pada tiga bagian tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai desain ulang tata letak tersebut, tampak perbedaan *layout* awal dan *layout* usulan yang sesuai dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. *Layout* usulan tersebut menggunakan strategi dan pertimbangan-pertimbangan tertentu dari pihak manajemen Toko Pusat Bangunan. Hasil dari *layout* usulan terlihat lebih tertata mulai dari penempatan bagian-bagian menurut derajat hubungan keterdekatan, *space area* yang tersedia bagi pengunjung, dan bagian-bagian yang ditempatkan sesuai dengan jenisnya sehingga tidak menyulitkan pembeli untuk mencari dan melihat barang saat berbelanja.

Strategi tata letak toko dalam menjalankan usaha seperti itu memang seharusnya ada dan benar-benar diimplementasikan dalam perjalanan usahanya. Perusahaan cenderung akan gagal apabila organisasi tidak memiliki konsistensi antara apa yang dikatakan, apa yang diusahakan, dan apa yang dilakukannya. Merencanakan suatu strategi merupakan tindakan awal sebagai pengakuan bahwa suatu pekerjaan tidak semata-mata ditentukan sendiri keberhasilannya, namun banyak faktor lain yang harus dipersiapkan untuk mendukung keberhasilannya.

Pada hakekatnya pikiran agama dibangun atas dasar perencanaan masa depan. Di dalam agama, seseorang harus memanfaatkan masa kini demi masa esoknya, dari hidupnya untuk matinya, dari dunia untuk akhirat. Dengan demikian ia harus membuat perencanaan hidupnya dan membuat metode yang dapat

mengantarkan dirinya kepada tujuan, yaitu ridha Allah dan mendapat balasan dari padaNya (Qardhawi, 1989:46).

لَهُو مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”. (QS. Ar-Ra’du : 11).

Adanya strategi perubahan tata letak pada Toko Pusat Bangunan Tuban dari yang awalnya tidak tertata dengan baik menjadi lebih baik, sesuai dengan anjuran agam Islam pada ayat di atas. Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaumnya hingga mereka merubah keadaan mereka sendiri. Maksud dari kalimat tersebut adalah ketika Toko Pusat Bangunan menginginkan perubahan yang lebih baik agar para pelanggannya dapat merasa nyaman berbelanja dan juga ingin mendapatkan omset penjualan yang lebih, maka harus terdapat inisiatif dari pihak Toko Pusat Bangunan untuk melakukan strategi perubahan sesuai dengan keinginan mereka tersebut. Bukan semata-mata hanya mengandalkan campur tangan Tuhan tanpa adanya usaha untuk merubah keadaan yang ada.

Mengenai hasil analisis melalui tahapan-tahapan *Activity Relationship Chart* yang telah menjadi desain usulan tersebut, terdapat tiga aspek yang dapat ditinjau dari segi keislaman, yaitu:

1. Keteraturan
2. Kemudahan
3. Keindahan

Agama Islam telah mengilhami umatnya untuk teratur dalam menjalani berbagai aspek kehidupannya. Dapat dilihat dari hadits riwayat Tirmidzi:

“Dari Syaddad bin Aus, ia berkata bahwasannya Rasulullah SAW, pernah bersabda: “ Sesungguhnya Allah SWT. Mewajibkan kalian untuk selalu melakukan setiap pekerjaan secara ihsan (baik, teratur)” (HR. Tirmidzi: 1328)

Dalam Al-Qur’an disebutkan bahwa Allah menghendaki kemudahan bagi semua umatnya.

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ ﴿١٨٥﴾

Artinya “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran. “(Al-Baqoroh: 185)

Dalam hal jual beli hendaknya pedagang maupun pembeli memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak. Seorang pedagang memberikan kemudahan bagi seorang pembeli dalam memilih, melihat, hingga melakukan pembayaran. Sedangkan seorang pembeli memberikan kemudahan bagi pedagang dalam menjual barang dagangannya serta menerima hasil penjualannya.

“Sesungguhnya Allah itu Maha Indah, dan mencintai keindahan” (HR. Muslim: 1921)

Aspek keteraturan yang dapat dilihat dari *layout* usulan tersebut adalah keteraturan dari bagian-bagian yang ditempatkan sesuai dengan jenisnya masing-masing. Pada awalnya bagian cat dan bahan bangunan ditempatkan pada tempat

yang terpisah-pisah sehingga menimbulkan kesesakan, tetapi pada denah usulan bagian cat dan bahan bangunan di tempatkan pada satu tempat yang sesuai dengan jenisnya masing-masing sehingga mengurangi kesesakan dan memberikan *space area* yang lebih luas untuk para pengunjung yang ingin berbelanja. Selain itu dari aspek kemudahan hal ini juga memberikan kemudahan bagi pengunjung karena pengunjung tidak lagi harus mengantri pada tempat yang terbatas dan sempit, pembeli juga lebih mudah untuk mencari dan melihat-lihat barang yang dijual pada Toko Pusat Bangunan.

Layout yang teratur tersebut akan mengandung aspek keindahan jika dipandang oleh para pengunjung yang ingin berbelanja. *Space area* yang luas memberikan keleluasaan bagi pengunjung untuk melihat-lihat produk yang dipajang di dalam etalase maupun rak-rak yang tersedia dan toko akan terlihat lebih nyaman jika dibandingkan dengan *layout* awal yang digunakan pada Toko Pusat Bangunan. Aspek keindahan sangat penting diberikan dalam toko seperti pada *layout* usulan tersebut, penataan produk yang rapi akan memberikan unsur keindahan pada toko.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dari penelitian yang berjudul “Merancang Ulang *Layout* Toko Dengan Menggunakan *Activity Relationship Chart* pada Toko Pusat Bangunan Tuban” dapat disimpulkan berdasarkan fokus penelitian sebagai berikut:

- a. Dari hasil penelitian dan wawancara dengan para pengunjung toko dapat disimpulkan bahwa penataan *layout* yang saat ini digunakan pada Toko Pusat Bangunan masih kurang optimal. Mayoritas pengunjung kecewa terhadap tata letak toko yang tidak tertata rapi dan menyebabkan mereka harus mengantri pada tempat yang sempit dan kesulitan saat ingin mencari dan melihat-lihat barang. Pihak manajemen Toko Pusat Bangunan tidak memiliki strategi khusus mengenai tata letak toko, sehingga mereka tidak terlalu memperhatikan rapi atau tidaknya toko, nyaman atau tidaknya pengunjung ketika berbelanja dalam toko. Pihak manajemen hanya berpikir, dimana ada ruang atau tempat kosong, maka mereka meletakkan barang yang akan dijual. Tidak ada penataan secara khusus mengenai tata letak toko yang bertujuan agar pengunjung merasa nyaman ketika berbelanja.
- b. Dari hasil penelitian yang dilakukan mulai dari observasi kondisi Toko Pusat Bangunan, wawancara dengan pengunjung dan pihak manajemen, serta mengkaji teori tentang *layout*, terbentuklah *layout* yang sesuai untuk diterapkan oleh pihak Toko Pusat Bangunan dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart*. Dalam *layout* usulan yang baru selain memberikan kemudahan bagi pengunjung yang berbelanja, *layout* usulan ini juga akan memberikan kemudahan bagi pihak manajemen maupun pramuniaga yang bekerja karena penempatan bagian-bagian

yang lebih teratur. Pengunjung akan mendapat *space area* yang lebih luas agar lebih leluasa dan nyaman saat berbelanja pada Toko Pusat Bangunan.

- c. Kendala-kendala yang ada pada tata letak yang saat ini digunakan oleh Toko Pusat Bangunan adalah kurangnya *space area* bagi pengunjung dalam berbelanja dan kurangnya keteraturan penempatan barang sehingga hal ini dapat mempersulit pengunjung dalam berbelanja. Solusi yang dapat dilakukan untuk menanggulangi kendala tersebut adalah melakukan penataan ulang dengan *layout* yang sesuai dengan implementasi *Activity Relationship Chart* seperti pada *layout* usulan dimana pada *layout* usulan tersebut terdapat lebih banyak *space area* bagi pengunjung sehingga dapat lebih leluasa dan mudah saat berbelanja dengan penempatan barang yang lebih tertata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada bab IV, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak manajemen Toko Pusat Bangunan Tuban sendiri maupun pihak-pihak lain. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Toko Pusat Bangunan Tuban hendaknya lebih memperhatikan keinginan konsumen dalam mengatur strategi penjualan, khususnya mengenai tentang tata letak toko yang dari pendapat sebagian besar pengunjung mengatakan kecewa dan merasa tidak nyaman dalam berbelanja dikarenakan tata letak bagian-bagian dalam toko yang tidak tertata dan menimbulkan kebingungan maupun kesulitan bagi para pengunjung yang datang.
- b. *Layout* usulan yang sudah dibuat dan dianalisis sedemikian rupa menggunakan metode *Activity Relationship Chart* tersebut hendaknya direalisasikan, karena itu bukan hanya keinginan peneliti, namun juga berdasarkan teori serta keinginan pihak manajemen dan tentunya semua

pengunjung toko yang merasa kecewa atas ketidaknyamanan yang dirasakan.

- c. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperbanyak data mengenai survey awal agar semakin lengkap pula aspek-aspek yang diteliti, dapat melengkapi *layout* usulan secara lebih detail khususnya meneliti mengenai aspek desain interior yang lebih baik seperti teknik pencahayaan, suhu udara, dan aroma dalam ruangan agar lebih nyaman. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melanjutkan penelitian dengan cara mewawancarai para pengunjung tentang *layout* usulan yang telah dibuat, apakah sudah sesuai dengan kenyamanan atau tidak.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.

Ardiansyah, Rudi, 2009, *Analisis Re-Layout* untuk Meningkatkan Efektivitas Proses Produksi. Dept. of Industrial Engineering Universitas Muhammadiyah Malang

Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka

Bryson, John M, 2001, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Fitri, Naumi Farisa, 2011, *Strategi Store Layout* dengan menggunakan *Activity Relationship Chart* pada *Outlet Joger Bali*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasan, Irmayanti, 2011, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, Malang: UIN MALIKI PRESS

Heizer, Jay. Render, Barry, 2006, *Operations Management*, Jakarta: Salemba Empat

Heizer, Jay. Render, Barry, 2009, *Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9*, Jakarta: Salemba Empat

H.R. Muslim

H.R. Tirmidzi

Joko, Sri, 2004, *Manajemen Produksi dan Operasi Suatu Pengantar*, Malang: UMM Press

Kotler, Philip. Armstrong, Garry, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Sembilan Jilid 2*, Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks

Luthfiah, 2012, *Penataan Ulang Office Layout* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang melalui Metode *Activity Relationship Chart*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

- Maarif, M. Syamsul. Tanjung, Hendri, 2003, *Manajemen Operasi Edisi 3*, Jakarta: Grasindo
- Nugroho, Rangga Oki, 2012, Analisis Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Pabrik Lama pada CV. Massitoh *Catering Services*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE
- P. Tampubolon, Manahan, 2004, *Manajemen Operasional*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Peter, J. Paul. Olson, Jerry C, 1999, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1 Edisi 4*. Jakarta: Erlangga
- Pratama, Dhimas Iman, 2013, Pengaturan Tata Letak Dengan Menggunakan Metode *Activity Relationship Chart (ARC)* Studi pada Pasar Modern BSD, Tangerang Selatan. Tesis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Qardhawi, Yusuf al, 1989, *Metode dan Etika Pengembangan Ilmu Perspektif Islam*, Bandung: Rosdakarya.
- Reksohadiprojo, Sukanto, 1995, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta: BPFE.
- Stoner, James A.F. Wankel, Charles. 1993. *Perencanaan & Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Supomo, Bambang. Indriantoro, Nur, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta; BFEE UGM.
- Utami, Christina Widya, 2014, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*
- Wignjosoebroto, Sritomo, 2009, *Tata Letak Pabrik dan Pindahan Bahan*, Surabaya: Penerbit Guna Widya

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Tabel Hasil Wawancara Pihak Manajemen

PERNYATAAN	DERAJAT KETERDEKATAN						KETERANGAN
	A	E	I	O	U	X	
Hubungan antara Kasir dan Listrik			√				2
Hubungan antara Kasir dan Pertukangan			√				2
Hubungan antara Kasir dan Keramik					√		4
Hubungan antara Kasir dan Pengairan					√		4
Hubungan antara Kasir dan Pertanian						√	4
Hubungan antara Kasir dan Cat					√		4
Hubungan antara Kasir dan Gudang						√	4
Hubungan antara Kasir dan Bangunan						√	4
Hubungan antara Kasir dan Alat kebersihan				√			
Hubungan antara Listrik dan Pertukangan				√			
Hubungan antara Listrik dan Keramik					√		4
Hubungan antara Listrik dan Pengairan					√		4
Hubungan antara Listrik dan Pertanian					√		4
Hubungan antara Listrik dan Cat					√		4
Hubungan antara Listrik dan Gudang						√	4
Hubungan antara Listrik dan Bahan bangunan						√	4
Hubungan antara Listrik dan Alat kebersihan				√			

Hubungan antara Pertukangan dan Keramik					√	8
Hubungan antara Pertukangan dan Pengairan			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Pertanian			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Cat			√			
Hubungan antara Pertukangan dan Gudang					√	4
Hubungan antara Pertukangan dan Bahan bangunan					√	4
Hubungan antara Pertukangan dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Keramik dan Pengairan					√	8
Hubungan antara Keramik dan Pertanian					√	8
Hubungan antara Keramik dan Cat				√		8
Hubungan antara Keramik dan Gudang				√		8
Hubungan antara Keramik dan Bahan bangunan				√		8
Hubungan antara Keramik dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Pengairan dan Pertanian					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Cat			√			
Hubungan antara Pengairan dan Gudang					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Bahan bangunan					√	4
Hubungan antara Pengairan dan Alat kebersihan			√			
Hubungan antara Pertanian dan Cat					√	4
Hubungan antara Pertanian dan Gudang					√	4

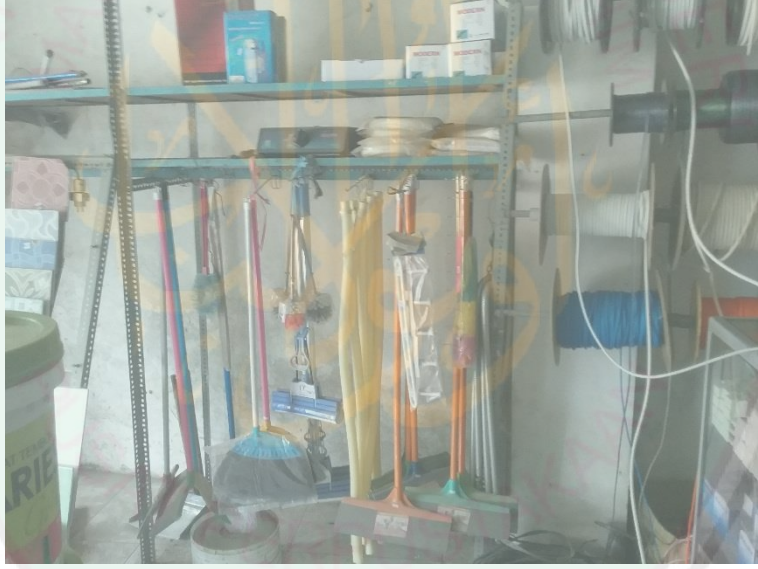
Hubungan antara Pertanian dan Bahan bangunan					√		4
Hubungan antara Pertanian dan Alat kebersihan					√		4
Hubungan antara Cat dan Gudang				√			
Hubungan antara Cat dan Bahan bangunan				√			
Hubungan antara Cat dan Alat kebersihan				√			
Hubungan antara Gudang dan Bahan bangunan	√						2
Hubungan antara Gudang dan Alat kebersihan					√		4
Hubungan antara Bahan bangunan dan Alat kebersihan						√	4

2. Potret *Layout* Toko Pusat Bangunan Tuban

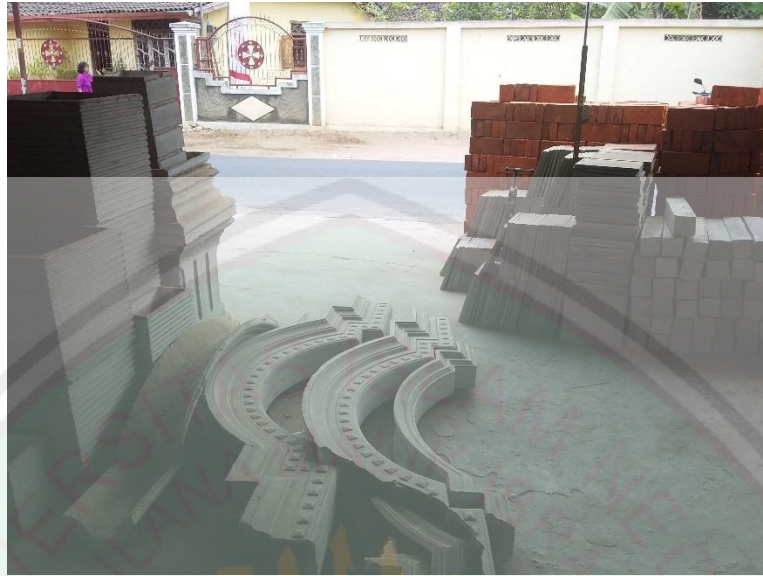










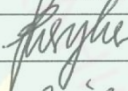
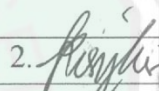
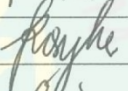
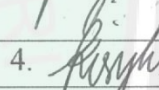
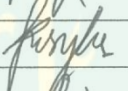
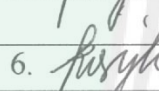
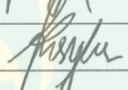
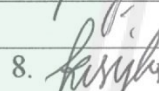


3. Bapak Yusuf Selaku Pemilik Toko Pusat Bangunan Tuban



BUKTI KONSULTASI

Nama : Ahmad Yafi Nurruz Zaman
 NIM : 13510171 / Manajemen
 Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM
 Judul Skripsi : Implementasi *Activity Relationship Chart* pada Toko Pusat Bangunan Tuban

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	20 Januari 2017	Pengajuan Outline	1. 
2.	15 Januari 2018	Proposal	2. 
3.	08 Februari 2018	Revisi & Acc Proposal	3. 
4.	22 Februari 2018	Seminar Proposal	4. 
5.	10 April 2018	Acc Proposal	5. 
6.	01 Mei 2018	Skripsi Bab I-V	6. 
7.	15 November 2018	Revisi & Acc Skripsi	7. 
8.	16 November 2018	Acc Keseluruhan	8. 

Malang, 16 November 2018

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Agus Sucipto, MM
NIP. 196708162003121 001

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Ahmad Yafi Nurruz Zaman

Tempat, tanggal lahir : Tuban, 24 Juli 1995

Alamat Asal : Dsn. Sidokumpul, RT.01 RW.05, Ds. Sidokumpul,
Kec. Bangilan, Tuban

Alamat Kos : JL. Joyo Tambaksari NO.27 Kelurahan Merjosari,
Lowokwaru, Malang

Telepon/Hp : 0813-3074-5511

E-Mail : yafi.noctis@gmail.com

Pendidikan Formal

1999-2001 : TK Muslimat Bangilan

2001-2007 : MI Salafiyah Bangilan

2007-2009 : MTsN 1 Bojonegoro

2009-2012 : SMA Darul Ulum 1 Unggulan BPPT Jombang

Pendidikan Non Formal

2013-2014 : Program Ma'had Sunan Ampel Al Ali UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang

2013-2014 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang

2014 : English Language Center (ELC) UIN Maulana
Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

- Creative Language English Organization (CLEO) SMA DU 1 Unggulan Jombang
- Founder Parkour Jombang / Jombang Parkour Generation (JOKER)
- Founder STIVER DC / State Islamic University Dance Community

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Jurusan Manajemen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta pelatihan manasik haji Ma'had Sunan Ampel Al Ali UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Pengabdian Masyarakat Berbasis Masjid Posdaya UIN Malang 2016

Malang, 20 Desember 2018

Ahmad Yafi Nurruz Zaman

