

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Factory Outlet Cargo Malang berdiri di Malang pada tanggal 23 Oktober 2001 yang didirikan oleh Bapak Handoko dan sekaligus menjadi pemilik *Factory Outlet Cargo* Malang tersebut. *Factory Outlet Cargo* Malang berlokasi di jalan Tugu no.4 dan merupakan *Factory Outlet* cabang dari Kudus yang telah beberapa tahun telah lebih dahulu berdiri.

Factory Outlet Cargo ini mempunyai ciri khas tersendiri seperti produk-produk yang ditawarkan beraneka ragam, jenisnya terbatas (*limited edition*) serta harganya yang terjangkau sehingga dapat masuk ke segala segmen di kalangan konsumen. Pertama kali *Factory Outlet Cargo* Malang didirikan hanya menjual barang-barang pabrik lain tapi sekarang *Factory Outlet Cargo* Malang telah membuat produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, yang berfokus dengan penjualan pakaian berukuran besar dan *limited edition Factory Outlet Cargo* sekarang telah melebarkan sayapnya ke berbagai kota besar di Indonesia seperti : Jakarta, Padang, Lampung, Makassar, Pekanbaru, Bali, Yogyakarta, Surabaya, dan Malang tentunya. *Factory Outlet Cargo* Malang mempunyai konsep yang dikenal dengan “*Everyday Low Price*” yang berarti *Outlet Cargo* Malang memberikan harga yang murah dan diskon kepada konsumennya setiap hari.

Komposisi barang-barang yang dijual oleh *Factory Outlet* Cargo Malang adalah produk seperti : kaos, kemeja, celana, sabuk, jaket, tas, boxer, sandal, dompet. Tidak hanya itu saja, *Factory Outlet* Cargo juga mempunyai komitmen untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan yang bagus kepada para pengunjung yang datang sehingga para pengunjung akan merasa nyaman dari saat mereka datang sampai pada saat mereka melakukan pembelian.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi *Factory Outlet* Cargo yaitu sebagai berikut:

Visi Factory Outlet Cargo

1. Untuk masyarakat agar mendapatkan barang yang bagus dan berkualitas.
2. Mampu menyediakan kebutuhan *fashion* yang *up to date* dengan harga yang terjangkau.

Misi Factory Outlet Cargo

1. Menyediakan kualitas pakaian yang baik.
2. Menghadirkan *fashion* dengan harga yang terjangkau.

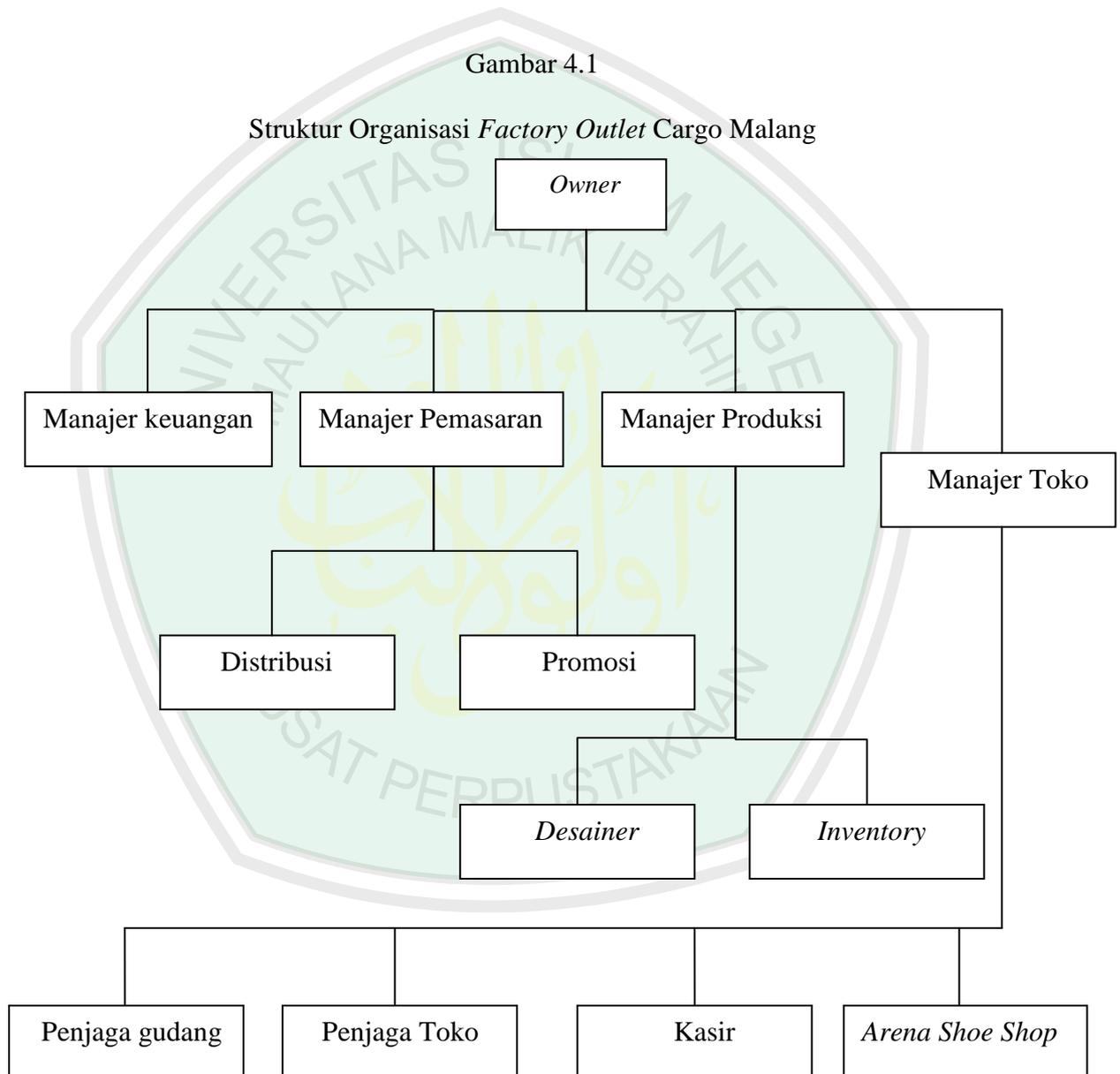
3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang menggambarkan hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap tingkat yang ada dalam organisasi tersebut, untuk melaksanakan kegiatan ke arah tercapainya tujuan dari organisasi yang telah ditetapkan, sehingga tercapainya kerjasama dan koordinasi usaha diantara setiap unit organisasi dalam mengambil tindakan dan mencapai

tujuan. Mempunyai struktur organisasi yang baik merupakan suatu yang penting bagi perusahaan karena dengan struktur organisasi yang baik dan tepat dapat membantu kelancaran jalannya usaha yang baik dan teratur. Dengan struktur organisasi yang baik dan tepat setiap karyawan akan ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan keahlian dari masing-masing staf dan karyawannya. Begitu juga yang dilakukan secara selektif yaitu melihat kemampuan, bakat, dan minat dari karyawannya.

Agar tercapai efisiensi dan efektivitas bagi setiap karyawan dalam bekerja, perusahaan perlu menyusun dan menetapkan bagian organisasi yang disertai uraian tugas dan tanggung jawab di lingkungan perusahaan. Hal ini dilaksanakan untuk menghindari bias atau kerancuan dan pelaksanaan tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing karyawan.

Adapun Struktur organisasi *Factory Outlet Cargo* malang dapat digambarkan pada gambar 4.1 yaitu sebagai berikut:



Sumber: *Factory Outlet Cargo* Malang

5. Job Description

Deskripsi tugas pada *Factory Outlet* Cargo Malang adalah sebagai berikut:

1. Owner

- a. Memantau segala bentuk kegiatan.
- b. Melakukan evaluasi kerja pada setiap divisi yang ada di setiap bagian.
- c. Sebagai pemimpin perusahaan dan penentu arah jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- d. Memiliki kuasa penuh atas perusahaan.
- e. Memegang keputusan tertinggi dalam perusahaan dalam segala aspek.
- f. Memberikan perintah bagi para staff untuk menjalankan tugasnya masing-masing sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Mengawasi dan mengontrol jalannya proses kinerja perusahaan secara rutin.
- h. Menentukan kebijakan keuangan bagi perusahaan.
- i. Menentukan strategi-strategi yang tepat bagi suatu perusahaan.
- j. Mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan dan melakukan pembenahan atau perbaikan.
- k. Menerima laporan atas segala bentuk kegiatan sebagai dasar-dasar pertanggungjawaban setiap divisi.

2. Manajer keuangan

- a. Memastikan ketersediaan dana oprasional yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk kegiatan oprasional sehari-hari.

- b. Memformulasikan budget yang telah diberikan oleh pimpinan kepala departemen masing-masing.
- c. Mengatur segala jenis pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan perusahaan (Alur kas).
- d. Memberlakukan langkah-langkah yang dapat mengurangi dan menanggulangi berbagai jenis resiko Financial yang dapat dihadapi oleh perusahaan.
- e. Memastikan agar seluruh unit dan wilayah kerja perusahaan mematuhi *Policy* dan *Standard Operating Procedure (SOP)* keuangan yang berlaku untuk masing- masing fungsi sesuai dengan rencana yang telah disetujui (*Business Units Oversight*).
- f. Memastikan konsolidasi keuangan yang akurat dan tepat waktu untuk keperluan pelaporan kepada direksi dan komisaris perusahaan.

3. *Disainer*

- a. Melakukan riset pasar akan apa yang sedang berkembang dalam bidang Ritel (*Clothing*) saat ini.
- b. Membuat perencanaan design, memberikan kontribusi dalam ketersediaannya ide untuk dituangkan dalam bentuk produk.

4. *Distribusi*

- a. Melakukan kegiatan pengiriman barang siap jual kepada ritel.
- b. Mengumpulkan *report (stock on hand)* dan barang yang terjual.

- c. Menganalisis dan memeriksa semua Report penjualan *Factory Outlet*.
- d. Memberi pemasukan pengembangan design.
- e. Menjaga hubungan baik kepada setiap stock.

5. *Inventory*

- a. Menganalisa total kebutuhan barang dan mengatur penyediaan, pengadaan dan pengiriman barang sedemikian rupa agar alokasi barang di setiap tempat dapat memenuhi kebutuhan dengan efisien, efektif dan tepat waktu.
- b. Mengkoordinasikan semua potensi departemen di bawahnya guna melakukan fungsinya masing-masing secara tepat, guna pencapaian target, efisiensi biaya, pengontrolan stock dan penyusutannya, mengembangkan cara pelayanan pelanggan yang baik, ketertiban administrasi.
- c. Menerima dan memproses permintaan barang dari setiap tempat, dan mengontrol pengiriman barang dari pemasok (*supplier*) agar barang dapat diterima oleh gudang, sesuai dengan waktu, kuantitas, kualitas dan biaya yang telah ditetapkan.

6. Manajer Pemasaran

- a. Menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan, jadwal kunjungan serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.
- b. Memonitor perolehan order serta merangkumnya dalam peramalan untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.
- c. Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.

- d. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey penjualan untuk tercapainya target kepuasan pelanggan.

7. Manajer Produksi

- a. Bertanggung jawab mengatur semua produk yang akan di produksi di *Factory outlet* sesuai dengan target dan kebutuhan yang di tentukan untuk menyuplai kebutuhan *Factory Outlet*.
- b. Berwenang menyetujui pembelian, pengeluaran dan investasi terkait kebutuhan operasional tiap divisi baik yang tercermin pada program kerja dan *budget* sesuai prosedur dan jumlah nominal yang ditetapkan.
- c. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditetapkan.

8. Promosi

- a. Merencanakan dan menentukan kebijakan promosi yang dibutuhkan perusahaan.
- b. Menentukan bentuk media dan bentuk promosi yang sesuai.
- c. Menentukan materi promosi yang dibutuhkan. Mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk kebutuhan promosi.
- d. Memonitor dan menganalisa untuk menentukan efektifitas promosi.

9. Manajer *Factory Outlet*

- a. Mengatur segala sesuatu kebutuhan yang berhubungan dengan *Factory Outlet*.
- b. Mendapat perintah dari pimpinan untuk merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi kegiatan operasional *Factory Outlet* yang di pimpinnya.

- c. Berkoordinasi dengan kepala departemen lainnya.
- d. Bertanggung jawab atas pengelolaan SDM dan asset perusahaan.
- e. Menyusun laporan perkembangan *store* secara periodic sebagai bentuk aktualisasi dari budget dan program kerja yang dibuat sebelumnya.
- f. Mensosialisasikan visi, misidan kebijakan strategis perusahaan kepada semua lini dibawah koordinasinya.
- g. Merubah *layout counter* dengan pertimbangan untuk peningkatan omset dan keindahan tata letak ruang dengan koordinasi dengan pimpinan.
- h. Memberikan input, informasi dan gagasan yang positif untuk kemajuan *Factory Outlet*.

10. Kasir

- a. Melaksanakan fungsi penerimaan keuangan dari penjualan.
- b. Menyediakan pelayanan yang baik, ramah, dan santun kepada seluruh pelanggan.
- c. Bertanggung jawab atas keuangan/omset perusahaan yang diterimanya pada saat transaksi penjualan.
- d. Menerima pembayaran atas pembelian customer dengan teliti baik untuk pembayaran tunai, debit card maupun credit card.
- e. Menyimpan dengan rapih keuangan yang diterimanya dalam cash drawer.
- f. Menghitung dengan teliti uang hasil omset sebelum diserahkan pada kepala kasir/supervisor untuk dicocokkan dengan hasil print out penjualan dan membuat laporan hasil penjualan *Factory Outlet* setiap harinya.

- g. Mengatur alur uang masuk per hari.
- h. Melakukan verifikasi dan *cross check* dana yang disetor dan diterima dengan dokumen pendukung, untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data.

11. *Arena Shoe Shop*

- a. Menjaga keutuhan atau kelengkapan sepatu.
- b. Mengecek *display* sepatu.
- c. Berinteraksi langsung dengan konsumen.
- d. Melayani konsumen / pembeli.

12. *Shoop Keeper*

- a. Menjaga keutuhan barang titip jual / konsinyasi.
- b. Mengecek *display* barang.
- c. Berinteraksi langsung dengan konsumen.
- d. Melayani konsumen / pembeli
- e. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditetapkan.
- f. Menyediakan pelayanan yang baik, ramah dan santun kepada seluruh pelanggan.
- g. Menata barang yang ada di rak.
- h. Melakukan fungsi pencatatan stock yang berada di *counternya*.
- i. Menangani dengan cepat barang-barang yang kotor/cacat.
- j. Melaksanakan penugasan khusus yang diberikan oleh supervisor/manajemen yang berada di atasnya terkait dengan pekerjaan dan keahliannya.

6. Aspek Perusahaan

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh *Factory Outlet* Cargo yaitu menjual barang-barang yang di produksi di pusat cabang yang berlokasi di Kota Kudus untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. *Factory Outlet* Cargo Malang juga selalu menjaga kualitas dan pelayanannya agar konsumen merasa puas.



30 m

Sepatu anak-anak baju anak celana anak-anak Sandal anak-anak	Celana tas /stock kaos/ tas Kaos Kaos Lengan Panjang Baju pria Baju lengan pjg kaos Topi Jaket kain jaket kulit jampur Etalase kaos pria/stock kaos Sabuk/stock kaos baju bathk/stock baju	Kamar Pas Kamar Pas	Sepatu kulit Pantovel Sepatu Olah Raga Sepatu Anak-anak
k O a . O R s a g a			S e p a t u

Ortal kaos cewek	Kemnya lengan pendek/stock celana kemnya lengan panjang/stock baju bathk/stock celana Etalase / pantung peraga baju cewek	celana dalam pria jaket Pantung Peraga Celana Perempuan	
			B a j u

Lemari Es Minuman Kasir	Ortal celana Dalam cewek Ortal baju cewek Baju perempuan Busana Musim Baju lengan panjang pendek panjang Baju Terusan Busana Musim	s t u o n B k g a J b p u a e j r u a	celana jeans wanita Rok wanita Rok wanita celana kain wanita	a j u k e t a t	Celana Training Pendek Celana Jeans Pendek Celana Pendek Kain Pendek Celana Jeans Pendek	e l a n a n a P e n d e k
	Etalase tas wanita/stock kaos etalase dumper/stock baju Etalase sabuk/stock celana Kaos wanita Celana wanita a stock baju Pantung peraga baju wanita					

10 m

4.1.2 Analisis *Selling Space*.

Adalah ruang untuk memajang barang dan tempat untuk berinteraksi antara konsumen dan karyawan *factory outlet*, Perkembangan usaha umumnya dan terutama pada *factory outlet* tergantung pada penjualan. Sedangkan penjualan ditentukan dari dua hal yaitu pembeli dan penjualan. Dari sisi penjual peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan mendesain *layout* toko sedemikian rupa agar interaksi antara pembeli dan karyawan toko semakin mudah dan meningkatkan kenyamanan. Menurut Sistaningrum (2002:34), tata letak toko adalah hasil rancangan susunan unsur-unsur fisik yang melibatkan kegiatan desain, penempatan dan pemindahan barang dengan tujuan menarik pembeli untuk mendatangi dan berbelanja ke dalam tokonya.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh *store manager* Andry tentang *Selling Space*. Beliau mengatakan bahwa:

“Nggak ada ruang khusus se mas, cuma ada sela di tempat pajangan baju seperti gang-gang itu biasanya karyawannya ada di situ, jaga-jaga kalau ada pembeli yang butuh bantuan atau tanya-tanya. Yang penting pramuniaga itu tidak menghalangi jalannya konsumen.” (wawancara dengan Andry, Kamis, 27/06/13, 16.15 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet* Cargo mengatakan bahwa:

“Ruangnya ya ini mas, di sini aja, di pinggir-pinggirnya baju, ya biar konsumennya gampang gitu lho mas kalau apa, ada yang mau di tanyakan kan kita gampang nangepinnya.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Kamis, 27/06/13, 14.45 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sementara itu menurut Eko seorang pembeli di *factory outlet* Cargo Malang mengatakan:

“ya bagus lah, kan setiap calon pembeli itu bisa mendapat informasi-informasi tentang produk yang di tawarkan”. (wawancara dengan Eko, Kamis, 27/06/13, 15.02 WIB di Factory Outlet Cargo Malang).

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* Cargo Malang tidak memberikan ruang khusus untuk interaksi antara konsumen dan pramuniaga tetapi hanya menyediakan gang-gang untuk pramuniaganya.

4.1.3 Analisis *Marchandise Display Factory Outlet* Cargo Malang untuk menyimpan barang yang tidak di pajang

Adalah suatu tempat atau bangsal atau bangunan yang digunakan untuk tempat menyimpan barang-barang. Di dalam dunia bisnis gudang sangat besar fungsi dan perannya. Gudang berfungsi sebagai tempat menyimpan dan memelihara barang-barang yang disimpan di dalamnya di samping tempat menyimpan/menimbun dan memelihara, gudang dapat pula digunakan sebagai tempat mengolah, menyortir, membungkus, dan mengepak barang-barang yang akan dijual ataupun dikirim. Setiap perusahaan harus menyimpan barang jadinya sampai terjual. Fungsi penyimpanan diperlukan karena siklus produksi dan konsumsi jarang bisa sesuai. Banyak komoditi diproduksi musiman, sedangkan permintaan berjalan terus menerus. Fungsi penyimpanan mengatasi perbedaan dalam jumlah yang diinginkan dan waktunya. Perusahaan harus memutuskan jumlah lokasi penyimpanan yang diinginkan. semakin banyak tempat penyimpanan berarti barang dapat dikirimkan ke pelanggan lebih cepat. tetapi

biaya pergudangan akan meningkat. Jumlah lokasi penyimpanan harus menyeimbangkan antara tingkat pelayanan pelanggan dan biaya distribusi.

Ada beberapa proses penyimpanan barang di gudang antara lain:

1.) Menyimpan barang di gudang.

Untuk menyimpan barang-barang di gudang perlu dilakukan pengaturan secara baik. Dengan demikian, penyimpanan barang di gudang perlu menempuh suatu prosedur tertentu. Misalnya saja suatu perusahaan menyusun prosedur penyimpanan barang di gudang dengan tahapan sebagai berikut:

a. Proses penerimaan barang

1. Setiap barang yang datang dimasukkan dahulu ke gudang.
2. Barang dikelompokkan sesuai jenisnya, barang yang baik dikirim ke gudang tetap dengan surat pengantar khusus yang berisi nama, jenis, spesifikasi, harga dan instruksi cara penyimpanannya.
3. Barang yang tidak memenuhi syarat diretur kepada perusahaan pengirim disertai surat retur.

b. Penyimpanan Barang ke Gudang Tetap

1. Barang-barang yang diterima di gudang ini disusun dan disimpan sesuai:

- jenis/spesifikasi,
- instruksi cara penyimpanan.

2. Semua barang yang masuk dicatat dalam kartu gudang (buku gudang). Setiap jenis dicatat pada satu kartu. Kartu gudang ini berfungsi untuk mencatat barang masuk dan keluar.

3. Pemeriksaan fisik dilakukan oleh kepala gudang dan jumlahnya dicatat dalam pembukuan khusus untuk memudahkan pengendalian/ pengontrolan.

2.) Pengeluaran Barang dari Gudang.

Pengeluaran barang dari gudang dilakukan sesuai permintaan yang tercantum dalam bon barang. Bon barang ini merupakan bukti pendukung pengeluaran barang. Pada kartu barang dicatat sejumlah pengeluaran sesuai bon tersebut.

Untuk setiap barang yang dikeluarkan diberikan bukti pengantar barang keluar, yang harus ditandatangani oleh kepala gudang sebagai pihak yang mengeluarkan dan satu lagi ditandatangani oleh penerima. Bukti pengantar keluar asli diberikan kepada penerima barang dan salinannya sebagai arsip.

3.) Pemeliharaan Barang di Gudang.

Pengelolaan gudang tampaknya sederhana namun pelaksanaannya memerlukan keahlian karena masing-masing barang mempunyai sifat-sifat yang berbeda, oleh karena itu cara penanganannya pun berbeda pula. Barang-barang di gudang pun harus disimpan menurut jenisnya.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang merchandise display. Beliau mengatakan bahwa:

“Gudang ada di belakang *Factory Outlet* kebetulan di sebelah kantor ini, fungsinya gudang untuk menyimpan barang-barang persediaan *Factory Outlet*, saumpama ada stok yang tidak di pajang sementara di letakkan disitu, sampai kalau waktunya ada ruang di depan di ambilkan dari gudang. Masuk keluar barang

tergantung kebutuhannya, setiap minggu atau bulan kita cek apa saja yang kurang kita minta dari pusat, lalu di pajang di depan.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.25 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet* Cargo mengatakan bahwa:

“Di gudang ada, di stok di gudang ada, yang di tumpuk-tumpuk tapi yang di gudang yang terlalu banyak bisa di bagi sama yang di sini tapi gak bisa di keluarkan semua, karena terlalu banyak.. gak muat tempatnya. Makannya kita taruh di gudang, kalau seumpama ada yang kosong kita ambilkan dari gudang mas.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.18 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* sudah mengupayakan untuk sebaik mungkin mengatur *Traffic Flow*, namun *Factory Outlet* Cargo Malang juga harus lebih memperhatikan tentang hiasan di gang-gang beserta penerangannya juga.

4.1.7 Analisis *Personel Space* *Factory Outlet* Cargo Malang.

Adalah tempat yang di sediakan untuk memenuhi kebutuhan karyawan seperti tempat untuk istirahat dan makan. Kenyamanan untuk para karyawan juga merupakan hal yang penting untuk kelancaran suatu perusahaan, dengan di sediakannya tempat istirahat dan ibadah untuk karyawan *Factory Outlet* Cargo Malang akan semakin membuat suasana di dalam *Factory Outlet* semakin harmonis dan hal itu juga akan di rasakan oleh para konsumen sehingga membuat penjualan juga akan semakin meningkat.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh *store manager* Andry tentang *personel space*, bahwa kenyamanan untuk para karyawan juga merupakan hal yang penting untuk kelancaran suatu perusahaan, dengan di sediakannya tempat istirahat dan ibadah untuk karyawan. Beliau mengatakan bahwa:

“Ya, kami menyediakan tempat untuk karyawan saat break di belakang, mereka break gentian jadi di depan pramuniaganya tidak sampai sepi, ini tepat di depan mushala, biasanya mereka istirahat di situ, makan. Yang namanya karyawan kan juga manusia mas, mereka juga butuh istirahat kalau capek ya kerjanya nanti nggak maksimal. Kita juga yang rugi kan.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.22 WIB di kantor *Factory Outlet Cargo Malang*).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet Cargo* mengatakan bahwa:

“Ada tepatnya sendiri, mushola sendiri dibelakang, di depan kantor ada tempat makan sendiri, mushola sendiri, kalau waktunya istirahat ya kita istirahat. Kerja mas pasti ada lah, capek kadang suntuk juga, makannya yak ke belakang istirahat ngobrol-ngobrol kan di sini kan kita nggak boleh ngobrol, cukup nyaman sih di belakang soalnya ya kita bersihkan sendiri di rawat sendiri gitu mas.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.16 WIB di *Factory Outlet Cargo Malang*).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, *Factory Outlet Cargo Malang* menyediakan ruang khusus bagi karyawan untuk sekedar melepas penat dan beristirahat, hal tersebut berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan karena dapat mengurangi rasa jenuh.

4.1.8 Analisis *Customer Space* (Konsumen) *Factory Outlet Cargo Malang* dalam Meningkatkan Kenyamanan Konsumen seperti Toilet, Café, dan Ruang tunggu.

Ruang yang di sediakan untuk para pelanggan agar mereka semakin nyaman dan kersan di *factory outlet Cargo Malang* yang berupa *Café*, Toilet dan ruang tunggu merupakan elemen-elemen yang cukup penting dalam perannya meningkatkan pembelian, karena selain factor produk yang bagus dan berkualitas *factory outlet Cargo* yang di tawarkan kenyamanan dari segi tempat-tempat tersebut juga memberikan nilai plus tersendiri untuk meningkatkan ketertarikan

konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli pakaian di *Factory Outlet* Cargo.

Factory Outlet Cargo Malang sendiri memiliki toilet yang cukup nyaman dan untuk tempat istirahat konsumen juga sekarang mereka telah membangun sebuah resto di samping *Factory Outlet* mereka, pengembangan dan strategi yang cukup menarik dan bagus karena kedua bisnis tersebut akan saling menopang satu sama lain dalam hal memberikan kenyamanan konsumen dan memberikan akses yang mudah untuk calon pelanggan baru di *Resto* Cargo Malang.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang customer space, bahwa ruang yang di sediakan untuk para pelanggan agar mereka semakin nyaman dan kerasan di *factory outlet* Cargo Malang yang berupa *Café*, Toilet dan ruang tunggu merupakan elemen-elemen yang cukup penting dalam perannya meningkatkan pembelian. Beliau mengatakan bahwa:

“Ya, kebetulan sedang di bangun sekarang, itu resto milik kita juga, dulunya ya tempat pemajangan barang karena tempatnya agak terpisah jadi menurut pertimbangan manajemen di jadikan resto, ya untuk tempat istirahat pengunjung juga. Selain itu kami juga mau mengembangkan usaha kuliner di sini siapa sih yang nggak butuh makan, setiap hari orang juga butuh makan, habis belanja, jalan-jalan pastinya kan capek jadi sepertinya itu peluang usaha kira-kira yang cocok sepertinya usaha kuliner makannya di sini di jadikan resto.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.19 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet* Cargo mengatakan bahwa:

“Di sini belum ada tapi masih di bangun , ini yang disebelah ini, masih dalam proses masih di bangun restonya jadi buat pengunjung yang ingin istirahat, makan-makan.. ini kira-kira masih sebulan lagi jadinya. Ya kayaknya nggak begitu penting sih mas, tempat-tempat pengunjung buat istirahat kan paling

mereka habis belanja paling ya pulang.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.14 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sementara itu Hesty, salah satu pengunjung *Factory Outlet* Cargo Malang mengatakan bahwa:

“Kalau saya amati di sini ngga ada ya tempat kayak gitu, adanya ya Cuma kulkas minuman tapi tetep aja gak iso istirahat mas, soale gak ada tempat buat istirahatnya kan disini tempatnya lumayan luas. Em.. saya kadang-kadang kalau capek jongkok, sambil milih-milih baju lha nggak ada kursinya.” (wawancara dengan Hesty, Sabtu, 15/06/13, 14.37 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang)

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut *Factory Outlet* sekarang sedang mengusahakan untuk menyediakan tempat istirahat bagi pengunjung yang berupa resto, dan untuk sekarang ini masih dalam tahapan proses pengerjaan dan akan selesai dalam waktu dekat ini.

4.1.9 Analisis Functional Product Groupings.

Pengelompokan jenis produk berdasar penggunaan akhir yang sama dalam desain layout suatu *factory outlet* termasuk hal yang harus di perhatikan seorang pelaku usaha agar mampu menciptakan minat beli konsumen saat berkunjung.. Pengelolaan barangnya biasanya ditangani bagian khusus, yaitu Store manager, kegiatan sehari-harinya meliputi menganalisa, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan barang dagangan dengan memerhatikan hal-hal seperti: tepat tempat, (posisi yang pantas), tepat kualitas, tepat kuantitas tepat harga, dan tepat waktu. Pengaturan barang menurut penggunaan akhir yang sama perlu disusun dan ditata dengan sebaik-baiknya, sertaserapi-rapinya.

Sebagaimana yang di kemukakan oleh *store manager* Andry tentang *functional product*, bahwa pakaian-pakaian di pajang sedemikian rupa menurut

fungsi dan penggunaannya untuk mempermudah saat konsumen mencarinya.

Beliau mengatakan bahwa:

“Kalau itu kita sudah bedakan untuk baju keperluan pesta-persta ada ada tempatnya, baju santai ada tempatnya, kami sudah tata rapi sekali supaya mereka tidak kesulitan mencari, kalau baju itu sudah tidak ngetren lagi Penanganannya kita masukkan daftar obralan, di beri discount. Jadi istilahnya itu cuci gudang biasanya paling sering di akhir tahun kita cuci gudang. Soalnya mau nggak mau barang kita harus laku, gimanapun caranya. Iya kan jenis barangnya tidak sama jadi penanganan waktu di masukkan daftar obralan juga tidak sama, mungkin tempatnya saja di badakan. Kita juga harus melihat walaupun barang itu sudah lama tapi menurut kita masih di minati konsumen ya tidak di obral”. (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.12 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sementara itu menurut pramuniaga *Factory Outlet* Cargo Wiwik Sukana mengatakan:

“Itu pengelompokannya sudah ada sendiri, sudah di belakang pemrosesannya sudah ada sendiri, kan sudah di dikelompokkan sendiri, kode-kodenya, nomernomernya sudah ada sendiri, kaos sudah ada sendiri, baju ada sendiri, celana juga sudah ada sendiri, ada kodenya semuanya”. (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.05 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang)

Sedangkan ini menurut Ivan, salah satu pengunjung setia *Factory Outlet* tentang *functional product groupings*:

“Ya cukup terpisahkan ngunu lho mas, apa, ada seperti pengelompokannya sendiri, jadi saya cukup paham dimana mencari baju atau celana apalagi kalau sudah sering kesini, tapi kalau baru sekali ya pasti bingung.” (wawancara dengan Ivan, Sabtu, 15/06/13, 14.20 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang)

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* selalu menata dengan rapi pakaian-pakaian menurut fungsi dan penggunaannya, hal itu di lakukan supaya konsumen yang sedang berbelanja tidak merasa kesulitan saat ingin mencari baju yang di inginkan.

4.1.10 Analisis Purchase Motivation Product Groupings dalam memberikan dorongan kepada konsumen agar membeli dan menghabiskan waktu yang lebih banyak dalam berbelanja.

Pengelompokkan barang yang ada menimbulkan dorongan pada konsumen untuk membeli dan menghabiskan waktu yang lebih banyak dalam berbelanja, yaitu pengelompokan barang yang menarik perhatian dan memberikan kesan nyaman kepada pengunjung agar mereka betah berbelanja. *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 departemen, 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).

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang *Purchase motivation product groupings*, bahwa Pengelompokkan barang yang ada menimbulkan dorongan pada konsumen untuk membeli dan menghabiskan waktu yang lebih banyak dalam berbelanja, yaitu pengelompokan barang yang menarik perhatian dan memberikan kesan nyaman kepada pengunjung agar mereka betah berbelanja. Beliau mengatakan bahwa:

“Ya, salah satunya dengan memperindah desain layout kita, di buat seindah dan semenarik mungkin pokoknya biar pengunjung itu tertarik lah, juga dengan pelayanan pramuniaganya yang ramah, otomatis kalau pelanggan sudah merasa nyaman mereka betah berlama-lama disini, bahkan karena sudah cocok kalau mau cari baju mereka akan ke sini lagi”’. (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.13 WIB di kantor *Factory Outlet Cargo Malang*).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet*

Cargo mengatakan bahwa:

“Iya mas, kaya kita sudah ngasih kode sendiri jadi waktu nglayani seandainya untuk barang ini jadi ya kita cepet ngasih, kan apa.. ngasihkannya itu cepet kita, kan ngasih kode gini yam as ini sesua barangnya jadi kan kalau customernya minta, kita mempermudahnya sama tulisan-tulisan kayak kode-kode itu, tapi Cuma kitanya aja yang tahu orang lain nggak, jadi ya harus ngafalin, wajib, wajib hafal di sini, nggak hafal? Yo factor u mas, pikun.. kalau nglayaninnya cepet kan pelanggannya seneng, betah gitu mas.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.07 WIB di *Factory Outlet Cargo Malang*).

Sementara itu menurut salah satu pengunjung yang bernama Hesty, mengatakan bahwa

“Kalau pertama kesini dulu saya bingung, nggak tau dimana letak baju perempuannya, baju anaknya tapi kalau udah lama ya tau, ya sebaiknya lebih di kelompokkan lagi, kalau perlu di beri tulisan biar pengunjungnya nggak bingung. Disini pelayanannya sangat bagus kalau karyawannya, mungkin yang di layani dikit ya jadi mereka ya santai, kalau di Ramayana apa matahari gitu kan emang rame banget mas.” (wawancara dengan Hesty, Sabtu, 15/06/13, 14.32 WIB di *Factory Outlet Cargo Malang*)

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* mengelompokkan barang dan menata semenarik mungkin untuk menimbulkan dorongan pada konsumen untuk membeli dan menghabiskan waktu yang lebih banyak dalam berbelanja, namun *Factory Outlet Cargo Malang* sebaiknya juga memperhatikan tentang tata letak produknya supaya para pengunjung tidak kebingungan saat berbelanja di sana.

4.1.11 Analisis *Market Segment Product Groupings* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Strategi pengelompokan barang berdasarkan pasar sasaran yang sama adalah strategi *layout* untuk mempermudah konsumen menjagkau produk yang sesuai dengan kriteria mereka, desain *Factory Outlet* yang baik adalah desain yang menyesuaikan dengan kondisi konsumen. Secara keseluruhan desain *Factory Outlet* berfungsi mirip "logo" perusahaan. Seperti halnya ruang untuk produk anak-anak pasti berbedadengan ruang yang disediakan untuk produk orang dewasa, juga ruang baju wanita juga berbeda dengan ruangan untuk produk pria. Ruang untuk produk pakaian anak-anak di buat lebih simple dan lucu agar anak-anak yang di ajak para orang tua yang berbelanja bisa merasa betah saat di ajak berbelanja, untuk ruang pakaian wanita harusnya desain ruangnya di buat lebih manis da feminism, begitu juga untuk ruangan pakaian pria tata letak produk dan layout sebaiknya di buat semaskulin dan semenarik mungkin agar menimbulkan minat beli untuk para konsumen.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang market segmen *product groupings*, bahwa strategi *layout* untuk mempermudah konsumen menjagkau produk yang sesuai dengan kriteria mereka, pengklasifikasian ruang untuk masing-masing produk di buat berbeda dengan yang lainnya menurut segmen konsumennya. Beliau mengatakan bahwa:

“Ya kan sudah di bagi-bagi seperti baju wanita ada tempatnya sendiri, obralan ada sendiri juga, baju-baju pria yang di sebelah selatan. Kalau nggak di pisah-pisah seperti itu konsumennya bisa bingung, kadang-kadang meskipun sudah di tata sedemikian rupa seperti ini saja masih ada yang bingung, kadang ada pengunjung pria salah nyari pakaian ke tempatnya baju perempuan, itu sering terjadi. Mmakannya pramuniaga-pramuniaga kita di anjurkan memberikan

bantuan kalau-kalau ada yang seperti itu.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.15 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet*

Cargo mengatakan bahwa:

“Pokoknya kalau ada barang baru, ya di taruh di depan, yang anak-anak di mana, kaos dimana, kemeja di mana, celana dimana gitu mas. Pokoknya ya per kelompok, kalau ada barang baru kita taruh di depan di display di patung giyu biar pemasarannya cepat laku, khusus di sini cewek semua cowok semua. (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.09 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sementara itu menurut Hesty salah seorang pengunjung *Factory Outlet* Cargao Malang, mengatakan:

Sebenarnya bagus, tapi agak mbingungi gitu lho mas jaraknya, jadi nggak jelas contohnya ya kayak di sini tempatnya kemeja kog campur sama tempat jaket, deket-deket gitu lho mas jaraknya, jadi nggak jelas nggak ini khusus baju, ini khusus celana gitu, ya saya kesini soalnya barangnya bagus-bagus, terus murah, barangnya macemnya banyak. Buat saya tempat nggak masalah sih, tapi ini cukup bagus kog”. (wawancara dengan Hesty, Sabtu, 15/06/13, 14.34 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang)

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* mengelompokkan barang dan menata semenarik mungkin berdasarkan jenis dan sasaran pasarnya merupakan salah satu strategi *Factory Outlet* untuk menarik minat beli konsumen, namun *Factory Outlet* Cargo Malang sebaiknya lebih spesifik lagi dalam mengelompokkan barang berdasarkan sasaran tertentu sehingga tidak menyulitkan konsumen dalam memilih barang.

4.1.12 Analisis *Storability Product Groupings* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Pengelompokan produk berdasarkan cara penanganannya yang khusus adalah strtegi perusahaan dalam merawat serta menjaga agar produk tidak cepat rusak serta mudah dalam penanganannya. Sistaningrum (2002:34) menyatakan

bahwa tata letak *factory outlet* adalah hasil rancangan susunan unsur-unsur fisik yang melibatkan kegiatan desain, penempatan dan pemindahan barang dengan tujuan menarik pembeli untuk mendatangi dan berbelanja ke dalam *factory outletnya*. Tujuan utama dari pengelompokan dan pengklasifikasi produk (barang) adalah untuk memudahkan pengelolaannya. Bagi pihak produsen atau penjual, pengklasifikasi barang akan memudahkan dalam hal:

- a. Penyimpanan di gudang
- b. Penataan di ruang pajang
- c. Pengambilan dari gudang atau tempat pemajangan
- d. Pengawasan dan pemeliharaan

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang *storability product groupings*, bahwa produk berdasarkan cara penanganannya yang khusus adalah strategi perusahaan dalam merawat serta menjaga agar produk tidak cepat rusak serta mudah dalam penanganannya. Beliau mengatakan bahwa:

“Kita memang ada sedikit penanganan yang khusus untuk pakaian-pakaian tertentu. Pakaian yang pengeluaran yang terbaru selalu kita letakkan di bagian paling depan sehingga lebih menarik perhatian pengunjung dan yang lama kita letakkan di bagian yang belakang, dan untuk perawatannya untuk baju yang berwarna cerah kita bungkus dengan mika bening.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.16 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet*

Cargo mengatakan bahwa:

“Oh.. nggak mas nggak ada yang di beda-bedain, sama.. Cuma kalau warnanya agak cerah gini kita kasih mika, kasih mika gini lho mas, kalau mbulak ya kita retur, kita retur kadang dip roses di belakang, kalau bisa kita jualnya murah, kita promoin diobral gitu mas, kita diskon.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.11 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Menurut wawancara yang di lakukan, *Factory Outlet* Cargo memang melakukan perawatan khusus terhadap barang-barang tertentu, hal tersebut di maksudkan agar barang menjadi tahan lama dan terlihat tetap menarik.

4.1.13 Analisis *Traffic Flow* (Arus Lalu Lintas) di *Factory Outlet* Cargo Malang

Untuk merancang suatu tata ruang arus lalu lintas *Factory Outlet* yang baik, maka para perancang *Factory Outlet* harus menemukan Metode untuk membantu para pelanggan bergerak melalui *Factory Outlet* antara lain adalah dengan menyediakan variasi. *Factory Outlet* seharusnya dipenuhi dengan sedikit tempat kesenangan dan celah-celah yang menggoda para pembeli untuk berkeliling-keliling disekitarnya. Seorang perancang *Factory Outlet* tidak perlu dipenuhi dengan ruang setapak yang dipenuhi dengan lorong panjang diantara rak-rak dan papan rak. Berbagai tingkatan dan jalan yang landai akan menambahkan variasi. Jika lantai harus rata, paling tidak display yang tinggi dapat divariasikan guna menghindari suatu penyajian yang monoton.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh store manager Andry tentang *Traffic Flow*. Beliau mengatakan bahwa:

“Jalan untuk pengunjung di buat selenggang mungkin mas, harus rapi jangan sampai pengunjung itu merasa tidak leluasa, disini memang jalannya agak sempit karena tempat yang ada kami buat semaksimal mungkin, walaupun sempit tapi pelanggannya tetap merasa nyaman. Pengunjung di buat seluasa mungkin buat lihat-lihat barang, kita pasang lampu di tempat-tempat tertentu, ada hiasannya juga. Kami menghimbau semua karyawan seumpama ada barang-barang yang menghalangi pengunjung waktu berjalan untuk segera di rapikan seperti baju, atau hanger yang tidak rapi segera di rapikan.” (wawancara dengan Andry, Selasa, 11/06/13, 15.27 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet*

Cargo mengatakan bahwa:

“Mereka ya jalan-jalan sendiri, baru kalau ada yang minat ada yang cocok ya kita samperin, misalnya juga kalau ada cowok ke tempatnya baju cewek langsung kita samperin langsung kita tanganin, mau cari apa mas? ini tempatnya cewek. Gitu Mas? Terus kalo di gang-gang ini ada yang kurang rapi yakita rapikan, biar pengunjungnya nggak susah kalau lewat.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 11/06/13, 13.20 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sementara itu menurut Ivan, salah satu pengunjung *Factory Outlet* Cargo Malang mengatakan:

“Jalannya ya, rapi mas. Meskipun sempit tapi rapi, sayangnya agak gelap, malah kalau siang gini lebih gelap. Disini banyak gang-gangnya jadi meskipun rame nggak terlalu desek-desekan. Bagus kog jalurnya kalau menurut saya disini, nggak semrawut jadi kalau mau ke mana-mana nggak susah, nggak bingung.” (wawancara dengan Ivan, Sabtu, 15/06/13, 14.25 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang)

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* Cargo Malang tidak memberikan pola lalu-lintas khusus untuk pera pengunju, sehingga mereka cenderunghanya mengikuti gang-gang yangtersedia di *Factory Outlet* Cargo Malang.

2.1.14 Analisis *Curving (Free-Flowing)*.

Penjual harus memberikan kemudahan bagi pembeli untuk memasuki semua bagian toko, jangan sampai terdapat ketidakseimbangan. Pengaturan ini memungkinkan pelanggan membentuk pola lalu lintasnya sendiri. Sehingga penjual harus memastikan bahwa suatu bagian dalam toko dilewati oleh pengunjung, dengan harapan bahwa semakin banyak dan lama barang dagangan dilihat oleh pengunjung maka semakin besar kemungkinan pengunjung akan membeli barang dagangan tersebut.

Sebagaimana yang di kemukakan lagi oleh *store manager* Andry tentang *Traffict Flow*. Beliau mengatakan bahwa:

“Lalu lintas pelanggan ya dari gang-gang itu, kan seperti jalan yang menghubungkan tempat baju sini dengan yang sana otomatis mereka lewat sesuai jalan yang sudah di sediakan di sini.” (wawancara dengan Andry, Kamis, 27/06/13, 16.17 WIB di kantor *Factory Outlet* Cargo Malang).

Sedangkan menurut Wiwik Sukana selaku pramuniaga *Factory Outlet* Cargo mengatakan bahwa:

“Mereka ya jalan-jalan sendiri Mas, ya kayak gini kalau mau ke sana ya tinggal kesana, kalau pingin baju yang disini ya langsung kesini.” (wawancara dengan Wiwik Sukana, Selasa, 27/06/13, 14.47 WIB di *Factory Outlet* Cargo Malang).

Berdasarkan dari wawancara yang di dapat tersebut menunjukkan bahwa *Factory Outlet* Cargo Malang memang cenderung membiarkan pengunjung berjalan sesuai dengan keinginan mereka , sehingga pengunjung hanya berjalan sesuai dengan rute atau gang-gangyang tersedia di *Factory Outlet* Cargo Malang.

4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah di lakukan di *factory Outlet* Cargo Malang, penulis telah mendapatkan hasil tentang pemanfaatan ruangan, tempat yang di sediakan untuk memenuhi kebutuhan karyawan seperti tempat untuk istirahat dan makan. Kenyamanan untuk para karyawan juga merupakan hal yang penting untuk kelancaran suatu perusahaan, dengan di sediakannya tempat istirahat dan ibadah untuk karyawan *Factory Outlet* Cargo Malang akan semakin membuat suasana di dalam *Factory Outlet* semakin harmonis dan hal itu juga akan di rasakan oleh para konsumen sehingga membuat penjualan juga akan semakin meningkat.

Menurut wawancara dan observasi yang telah dilakukan tempat untuk karyawan yang tersedia cukup baik, tempat-tempat seperti Mushala, toilet, kamar-kamar yang di sediakan untuk konsumen di akui memang berdampak signifikan terhadap suasana kerja karyawan, dengan demikian hal tersebut akan semakin meningkatkan kinerja karyawan dan secara tidak langsung semakin meningkatkan produktivitas kerja.

Ruang yang di sediakan untuk para pelanggan agar mereka semakin nyaman dan kerasan di *factory outlet* Cargo Malang yang berupa Café, Toilet dan ruang tunggu merupakan elemen-elemen yang cukup penting dalam perannya meningkatkan pembelian, karena selain factor produk yang bagus dan berkualitas *factory outlet* Cargo yang di tawarkan kenyamanan dari segi tempat-tempat tersebut juga memberikan nilai plus tersendiri untuk meningkatkan ketertarikan konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli pakaian di *Factory Outlet* Cargo. Menurut hasil observasi dan wawancara *Factory Outlet* Cargo memang harus menyediakan tempat istirahat untuk pengunjung karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap minat beli dan kenyamanan konsumen dan kebetulan dalam waktu dekat hal tersebut akan segera terealisasikan

Hal tersebut sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Manahan (2004:149), Aspek karyawan yang langsung terlibat dalam interaksi dengan pelanggan sehingga membuat konsumen merasa lebih tenang dan nyaman. Karena alasan tersebut diatas, maka diperlukan perencanaan *layout* yang seksama. Pentingnya perencanaan *layout* disebabkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

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.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, arus lalu lintas pengunjung saat kurang baik karena pengunjung sedikit merasa bingung saat berjalan di gang-gang outlet hal tersebut merupakan masalah yang harus di selesaikan manajemen untuk merancang suatu tata ruang arus lalu lintas *Factory Outlet* yang baik, maka para perancang *Factory Outlet* harus menyeimbangkan beberapa sasaran – sasaran yang sering kali menjadikan konflik. Pertama, tata ruang *Factory Outlet* hendaknya menggoda para pelanggan untuk bergerak disekitar *Factory Outlet* untuk membeli lebih banyak barang-barang perdagangan daripada yang sebenarnya telah mereka rencanakan. Salah satu metode adalah untuk mengungkapkan kepada pelanggan dengan suatu tataruang *Factory Outlet* yang memfasilitasi suatu pola lalulintas yang spesifik.

Hal tersebut sesuai dengan Firma Allah

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

الْعُسْرَ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

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

Juga pada firman Allah Ta’ala:

يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ

“Allah hendak memberikan keringanan kepadamu.” (QS. An-Nisa` : 28)

Adapun dari as-sunnah, maka ada beberapa hadits yang menjelaskan tentangnya, di antaranya dari Abu Hurairah radhiallahu anhu bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda:

الدِّينَ أَحَدٌ إِلَّا غَلَبَهُ إِنَّ الدِّينَ يُسْرٌ وَلَنْ يُشَادَّ

“Sesungguhnya agama itu mudah, dan tidaklah seseorang mempersulit agama kecuali dia akan dikalahkan (semakin berat dan sulit).” (HR. Al-Bukhari no. 38)

Dari Abu Umamah Al-Bahili radhiallahu anhu secara marfu’:

الْحَنِيفِيَّةِ السَّمْحَةَ يُعْتَبَرُ بِ

“Aku diutus dengan membawa agama yang bertauhid lagi mudah.” (HR. Ahmad: 5/266 dan dinyatakan shahih oleh Al-Albani dalam Ash-Shahihah no. 2924)

Mengatur ruangan *Factory Outlet* merupakan persyaratan yang penting, sebab ruangan *Factory Outlet* yang menarik, akan menimbulkan para pembeli/pengunjung *Factory Outlet* merasa betah dan senang dalam berbelanja. Menurut hasil wawancara bersama salah seorang karyawan, manajer, dan pengunjung penempatan barang dan tata ruang untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan masih kurang dan sebaiknya pihak manajemen memperhatikan hal-hal yang biasanya perlu diperhatikan di dalam mengatur dan menata ruangan *Factory Outlet* antara lain:

1) Mengatur Hiasan Ruangan *Factory Outlet*

Di dalam mengatur hiasan ruangan *Factory Outlet* dapat dilakukan, antara lain:

- Meletakkan pot-pot bunga hiasan yang tep letaknyA/posisinya.

- Menyusun barang-barang dagangan dalam lemari pajangan yang sangat menarik sekali, serasi dan harmonis.
- Brosur-brosur perlu disusun dengan baik dan menarik konsumen.

2) Mengatur Peralatan *Factory Outlet*

Di dalam ruangan *Factory Outlet* perlu diatur peralatan *Factory Outlet*. Di dalam menempatkan peralatan *Factory Outlet* seorang pengelola *Factory Outlet* perlu memperhatikan:

- Penerangan ruangan,
- Kesegaran udara dalam ruangan,
- Keindahan dalam ruangan,
- Keamanan barang dagangan, dan
- Kesehatan barang dagangan

Hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Sistaningrum (2002:34), bahwa tata letak toko adalah hasil rancangan susunan unsur-unsur fisik yang melibatkan kegiatan desain, penempatan dan pemindahan barang dengan tujuan menarik pembeli untuk mendatangi dan berbelanja ke dalam tokonya. Desain bagian dalam toko harus memperhatikan aspek-aspek berikut:

1.) Pemerataan Arus Pengunjung

Penjual harus memberikan kemudahan bagi pembeli untuk memasuki semua bagian toko, jangan sampai terdapat ketidakseimbangan. Sehingga penjual harus memastikan bahwa suatu bagian dalam toko dilewati oleh pengunjung, dengan harapan bahwa semakin banyak dan lama barang dagangan dilihat

oleh pengunjung maka semakin besar kemungkinan pengunjung akan membeli barang dagangan tersebut.

2.) Ruang Berjualan

Penjual harus memperhatikan jenis produk atau barang dagangan yang akan dijual. Untuk barang-barang tahan lama, penataan atau *Layout* barang, usahakan sedapat mungkin diruang yang terlihat lapang dan luas. Sedangkan untuk menjual barang-barang mode atau barang yang dibeli atas dorongan seketika, buatlah penataan barang secara berdesakan. Pembeli cenderung menyukai keadaan ruang belanja, disesuaikan dengan jenis barang yang akan mereka beli.

3.) Memaksimalkan Daya Tarik

Penjual harus mengatur produk semenarik mungkin untuk merangsang sekuat mungkin minat calon pembeli untuk melakukan pembelian.

4.) Melihat Barang Dagangan Sebanyak Mungkin

Penjual harus menyimpan, mengatur, dan memajang barang dagangan sebaik dan seaman mungkin. Faktor fleksibilitas juga harus diperhatikan. Jadi, pembeli mendapatkan banyak kesempatan untuk melihat dan mengetahui barang-barang yang dijual di toko, tetapi tidak melihat peluang/kesempatan untuk mencuri barang-barang dagangan tersebut. Faktor daya tarik, kerapian, fleksibilitas dan keamanan menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam hal ini.

5.) Koordinasi yang Maksimal Antar Departemen

Untuk meningkatkan pembelian pengunjung toko, penjual harus merancang seefektif mungkin kombinasi departemen atau lini produk yang mudah dimengerti oleh calon pembeli sehingga mereka akan merasa mudah untuk menemukan jalan dan alur barang dagangan dalam toko tersebut.

Dalam menganalisis data, peneliti mewawancarai para pengunjung outlet guna langkah awal meneliti situasi dan kondisi mengenai hasil wawancara dengan manajer, karyawan dan 2 pengunjung outlet tersebut, dapat disimpulkan bahwa tata letak outlet Cargo 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 *outlet* Cargo Pihak manajemen Joger bukan tidak ingin mengabaikan harapan pengunjung terkait kenyamanan berbelanja di dalam outlet, mereka hanya lebih bergerak pada kenyataan bahwa seperti itulah tata letak yang sudah bertahun-tahun digunakan, dan akan membutuhkan waktu yang lama serta biaya yang tidak sedikit untuk merombak semuanya.

Dalam hal ini, peneliti ingin menganalisis desain tata letak yang seperti apa yang seharusnya digunakan *outlet* Cargo. Peneliti menganalisis mulai dari pendapat dan keinginan para pengunjung, pihak manajemen, pemilik, dan juga kesesuaian dengan teori yang ada. Peneliti akan mencoba menggabungkan ketiga aspek tersebut untuk mendesain ulang *layout* usulan agar nantinya para pengunjung merasa nyaman.

