

**ANALISIS *LAYOUT* DAN PEMILIHAN PRODUK PADA INDOMARET
REGIONAL JEMBER (STUDI PADA INDOMARET MANGLI)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

SITI KHOFIFAH
NIM: 083144041

Dosen Pembimbing:

Dr. Moch Chotib. S.Ag., M.M.
NIP. 19710727 200212 1 003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Oktober 2018**

**ANALISIS *LAYOUT* DAN PEMILIHAN PRODUK PADA INDOMARET
REGIONAL JEMBER (STUDI PADA INDOMARET MANGLI)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

SITI KHOFIFAH
NIM. 083 144 041

Disetujui Pembimbing



Dr. Moch Chotib. S.Ag., M.M.
NIP. 19710727 200212 1 003

**ANALISIS *LAYOUT* DAN PEMILIHAN PRODUK PADA INDOMARET
REGIONAL JEMBER (STUDI PADA INDOMARET MANGLI)**

SKRIPSI

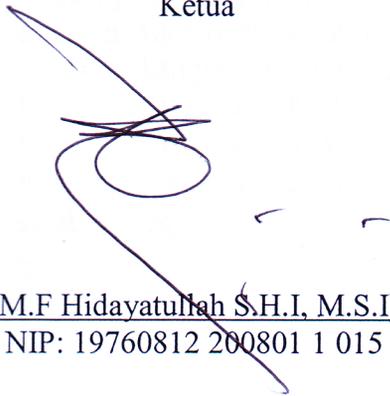
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 13 Desember 2018

Tim Penguji

Ketua



(M.F Hidayatullah S.H.I, M.S.I)
NIP: 19760812 200801 1 015

Sekretaris



(Isnadi S.S, M.Pd.)
NIP: 197106102014111004

Anggota :

1. Dr. Abdul Rokhim S.Ag, M.E.I
2. Dr. Moch Chotib, S.Ag, M.M



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Jember



Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena penyakit gila. Yang demikian itu, karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, Maka apa yang diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, Maka mereka itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (Q.S Surat Al-Baqarah: 275).

Motto Pribadi:

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”.

IAIN JEMBER

PERSEMBAHAN

Rasa syukur ini saya persembahkan untuk Allah, alhamdulillah semoga tersampaikan cinta dan kerinduan ini kepada Nabi tercinta Muhammad SAW. ku persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang ku cintai, ku sayangi dan ku hormati, kepada:

1. Abahku tercinta “Tohali” dan ummiku “Se”. Motivator terbesarku, pahlawanku yang berjuang untuk menghidupiku sampai kerja diperantauan Bali, kerja keras untuk membiayai hidup dan kuliahku, memberikan semangat dan mendoakan setiap saat serta memberikan kasih sayang segenap jiwa dan raga. Terimakasihku tak terhingga untuk Abah dan Ummi.
2. Mbakku tersayang Fifin Handayani dan kakakku Moch Hamin yang selalu memberi nasehat, semangat dan memberikan semangat untuk menjadi yang lebih baik dalam kehidupanku.
3. Keponakanku si kecil mungil, Lailatus Syarifah dan Nuril Aminatus Zahiroh
4. Teman-teman pondok Miftahul Ulum Suren, Asrama dan teman-temanku seperjuangan terimakasih sudah menjadi *partner* terbaikku, yang sedia menemaniku saat susah dan senang, tawa dan canda yang selalu menyemangatiku.

KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Tiada kata yang tak pantas diucapkan selain ucapan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Mangli)”, disusun sebagai kelengkapan guna memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember dan sebagai jembatan pertama karya ilmiah yang saya susun.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat berhasil dengan baik tanpa adanya bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. Selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Moch Chotib, S.Ag., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember sekaligus Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan keteladanan telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan pemikirannya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi dan juga telah merestui pembahasan skripsi ini.

3. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.i. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
5. Bapak M.F Hidayatullah S.H.I, M.S.I, Bapak Dr. Abdul Rokhim S.Ag, M.E.I Bapak Dr. Moch Chotib, S.Ag, M.M dan Isnadi S.S, M.Pd selaku penguji pada sidang skripsi.
6. Bapak Agung Parmono, SE., M.Si. Selaku Dosen Wali.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pelayanannya.
8. Segenap pihak yang tidak mungkin disebutkan, atas bantuannya baik moral maupun material secara langsung atau tidak dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua amal dan kebaikannya yang telah diperbuat akan mendapat imbalan yang lebih baik lagi dari Allah SWT dan penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat. Aamiin Ya Robbal 'Alamin.

Jember, 22 Oktober 2018

Penulis

ABSTRACT

Siti Khofifah, Dr. Moch Chotib S.Ag., M.M, 2018: *Analysis of the Layout and Selection of Products on Regional Indomaret of Jember (Studies in Indomaret Mangli)*.

Layout strategies were used by Indomaret in order to generate profit and provide convenience for consumers. It has not run effectively this can be seen from the customers complaining about the layout applied by the company. They complained about the instructions that made them confused to find the desired item.

The formulation of the problem examined in this thesis was: a. how to proceed layout in Indomaret Mangli? b. how was the selection of products on display at Indomaret Mangli?

The goal of research in this thesis was a. to know the process layout in Indomaret Mangli b. to discover the selection of products on display in Indomaret Mangli.

The research methods in this study was a qualitative approach and it was descriptive research. Data collection techniques were observation interviews and documentation.

The results showed that a. the layout was a grid layout patterns (straight), structuring the layout was done to give comfort to consumers when shopping. Furthermore layout placement would provide impact and improve competitiveness. b. the selection of products on display in Indomaret Mangli were arranged in two sorts first, was the nondurable goods which was a tangible goods normally consumed in one or several times of usage. The second was durable goods which was a tangible item that normally can last a long time with a lot of usage.

Keywords: layout, selection of products, Indomaret

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Siti Khofifah, Dr. Moch Chotib S.Ag., M.M, 2018: *Analisis Layout dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Mangli)*.

Strategi *layout* digunakan oleh indomaret agar dapat menghasilkan keuntungan dan juga untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Meskipun pada kenyataannya tidak begitu berjalan dengan lancar. Hal ini terlihat dari pelanggan mengeluhkan tata letak yang dilakukan oleh perusahaan. mereka mengeluhkan petunjuk yang tidak jelas sehingga membuat mereka kebingungan untuk mencari barang yang diinginkan.

Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: a. Bagaimana proses *layout* di Indomaret Mangli? b. Bagaimana pemilihan produk yang di pajang pada Indomaret Mangli?

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah a. Ingin mengetahui proses *layout* di Indomaret Mangli b. Ingin mengetahui pemilihan produk yang dipajang di Indomaret Mangli.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Tehnik pengumpulan data menggunakan observasi wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa a. Proses *layout* diindomaret menggunakan pola *layout grid* (lurus), Penataan tata letak didasarkan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja, selain daripada itu penempatan *layout* yang baik akan memberikan dampak dan meningkatkan daya saing. b. Pemilihan produk yang di pajang di indomaret Mangli ada dua macam pertama, barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dan barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang yang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian.

Kata kunci: *layout* (tata letak), pemilihan produk, Indomaret

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------|----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRACT | viii |
| ABSTRAK..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Devinisi Istilah | 7 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | 9 |
| A. Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| B. Kajian Teori | 19 |
| 1. <i>Layout</i> (Tata Letak) | 19 |
| a. Pengertian <i>Layout</i> | 19 |

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| b. Konsep <i>Layout</i> (Tata Letak)..... | 20 |
| c. <i>Layout</i> Ritel | 23 |
| d. Jenis-Jenis <i>Layout</i> Ritel..... | 26 |
| e. <i>Layout</i> Fasilitas | 28 |
| 2. Produk..... | 29 |
| a. Konsep Produk | 29 |
| b. Klarifikasi Produk..... | 30 |
| c. Kategori Produk Baru | 31 |
| 3. <i>Display</i> | 32 |
| a. Pengertian Penataan Produk (<i>Display</i>) | 32 |
| b. Tujuan <i>Display</i> | 32 |
| c. Jenis-Jenis <i>Display</i> | 33 |
| d. Syarat-Syarat <i>Display</i> | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 38 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 38 |
| B. Lokasi Penelitian | 39 |
| C. Subyek Penelitian | 40 |
| D. Teknik pengumpulan data | 42 |
| E. Analisis Data | 46 |
| F. Keabsahan data | 49 |
| G. Tahap-tahap penelitian | 50 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS..... | 53 |
| A. Gambaran Obyek Penelitian | 53 |

| | |
|-------------------------------------------------|-----------|
| a. Sejarah Berdirinya Indomaret..... | 53 |
| b. Sejarah Berdirinya Indomaret Mangli | 55 |
| c. Visi dan Budaya Indomaret | 56 |
| d. Struktur Organisasi Indomaret Mangli | 57 |
| e. <i>Job Description</i> Indomaret Mangli..... | 57 |
| f. Data Karyawan Indomaret Mangli | 59 |
| g. Sarana dan Prasarana | 59 |
| h. Letak Geografis Indomaret Mangli..... | 61 |
| B. Penyajian Data dan Analisis..... | 61 |
| C. Pembahasan Temuan | 75 |
| BAB V PENUTUP | 85 |
| A. Kesimpulan..... | 85 |
| B. Saran-Saran | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |

IAIN JEMBER

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Matrik Penelitian

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian DPP Jember

Lampiran 4 Jurnal Penelitian

Lampiran 5 Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 6 *Listing* Label Barang

Lampiran 7 Biodata Penulis



IAIN JEMBER

DAFTAR LAMPIRAN

No. Urutan

Lampiran 1 Matrik Penelitian

Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 3 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 4 Surat Rekomendasi

Lampiran 5 Jurnal Penelitian

Lampiran 7 *Listing* Label Barang

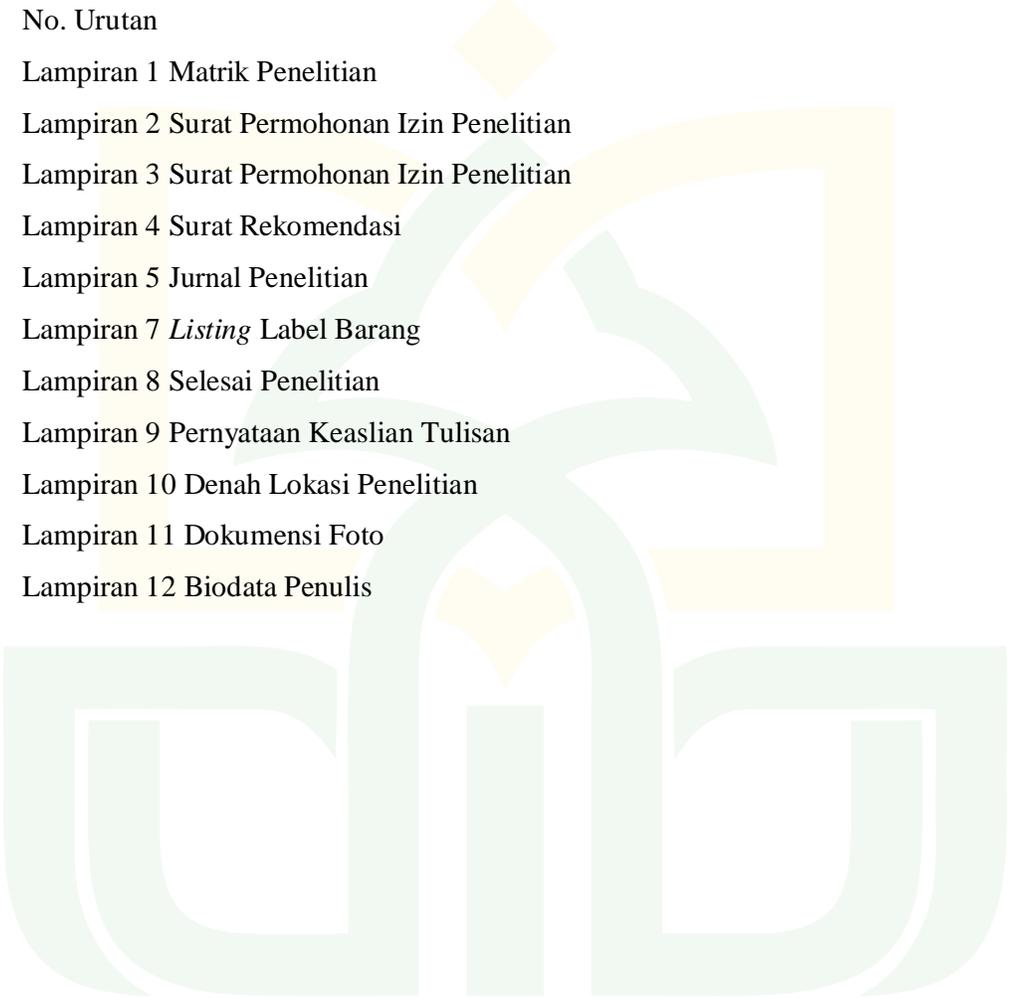
Lampiran 8 Selesai Penelitian

Lampiran 9 Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 10 Denah Lokasi Penelitian

Lampiran 11 Dokumensi Foto

Lampiran 12 Biodata Penulis



IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

| No. | Uraian | Hal |
|-----------|------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1 | Data Toko Modern di Kabupaten Jember Tahun 2016..... | 3 |
| Tabel 2.1 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 3.1 | Nama Informan | 42 |
| Tabel 3.2 | Data Observasi..... | 44 |
| Tabel 3.3 | Data Wawancara | 45 |
| Tabel 3.4 | Data Dokumentasi..... | 46 |
| Tabel 4.1 | Data Karyawan Indomaret Mangli..... | 59 |
| Tabel 4.2 | Sarana dan Prasarana Indomaret Mangli..... | 60 |

IAIN JEMBER

DAFTAR GAMBAR

| No. | Uraian | Hal |
|------------|-------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Indomaret Mangli..... | 57 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini toko eceran memiliki banyak strategi untuk menarik konsumennya. Dulu strategi ini sangat terbatas seperti mengutamakan lokasi yang strategis, tenang, nyaman, menawarkan barang-barang umum, spesifik, layanan memuaskan. Toko eceran sekarang ini banyak mengalami perubahan dalam strategi antara lain menyangkut: target market, persediaan barang, store atmosphere. store atmosphere adalah suasana toko yang meliputi tampilan interior, eksterior, *layout*, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, pajangan barang. hal ini yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen untuk membangkitkan keinginan untuk membeli.¹

Secara tradisional, minimarket ialah suatu tempat secara fisik terlihat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi.²

Indomaret merupakan toko ritel modern yang saat ini telah berkembang pesat. Seperti yang kita ketahui konsep yang digunakan biasanya adalah *store environment*, yaitu konsep pengembangan *place* yang terfokus pada penjualan *retail* dan langsung ke konsumen akhir

¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 59-60.

² Nandan Limakrisna dan Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 9.

Sebuah toko retail harus dilengkapi dengan petunjuk-petunjuk yang dapat membantu dan mengarahkan pelanggan dengan mudah untuk menjelajahi seluruh toko, sekali saja seorang pelanggan sedikit bingung tentang dimana mereka berada, kemana mereka harus pergi berapa harga produknya atau dimana letak suatu produk yang dicari oleh mereka, mereka akan merasa frustrasi dan apabila kejadian tersebut berulang-ulang terjadi maka pelanggan yang akan menarik kesimpulan bahwa toko tersebut bukan tempat yang mudah dan nyaman untuk berbelanja maka dari situlah diperlukan *Layout* untuk menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. *Layout* membantu menarik perhatian konsumen melalui indra penglihatan dengan cara *layout* dan pemilihan produk yang dipajang menarik. Sehingga konsumen akan merasa betah dan nyaman dalam berbelanja.

Indomaret merupakan perusahaan *franchise* yang bergerak dalam bidang jasa yang berfungsi menjual produk yang diproduksi oleh produsen produk, dengan *standard* penjualan yang sama oleh seluruh gerai yang ada.

Indomaret termasuk minimarket modern yang menjual kebutuhan sehari-hari memberikan aneka ragam kebutuhan yang terbatas dengan lokasi yang terjangkau. Kenyamanan berbelanja, lokasi dekat dengan rumah dan harga yang kompetitif dan barang yang disediakan lengkap, membuat sebagian besar orang tertarik untuk melakukan pembelian pada minimarket indomaret. Minimarket ini juga mempersilahkan pengunjung untuk melayani

dirinya sendiri dalam mencari kebutuhan seperti perlengkapan sehari-hari, perlengkapan perawatan tubuh dan lain lain.³

Indomaret ini sudah banyak dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Hal ini terbukti dengan tersebarnya gerai indomaret yang ada dimana-mana, bahkan sampai di daerah-daerah kecil, seperti indomaret yang ada di Kabupaten Jember, indomaret di Kabupaten Jember pada tahun 2016 mencapai Jumlah total *outlet* sebanyak 165 *outlet* yang terdiri dari: Toko reguler sebanyak 105 toko, Toko waralaba sebanyak 50 toko dan toko yang tutup sebanyak 10 toko.

Tabel 1.1

Data Toko Modern di Kabupaten Jember Tahun 2016

| No | Nama Outlet | Jumlah |
|----|--------------|--------|
| 1 | Toko reguler | 105 |
| 2 | Waralaba | 50 |
| 3 | Tutup | 10 |

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember, 2018 (diolah)

Indomaret memfokuskan diri pada area pemukiman, perkantoran dan fasilitas umum strategi yang diterapkan minimarket ini adalah segmentasi dan target pasarnya.⁴ Sasaran indomaret lebih pada ibu rumah tangga atau perempuan, dan kelas menengah. Melihat hal tersebut tidak heran apabila indomaret mudah dijumpai bahkan sampai di daerah-daerah kecil dan menjadi pilihan bagi konsumen untuk melakukan pembelian pada minimarket ini.

³ Siti Khofifah, *Observasi* (pada 01 Februari 2018 10:00 WIB)

⁴ <https://indomaret.co.id> (diakses pada 01 Februari 2018, 19.38 WIB).

Produk merupakan bagian terpenting dari bisnis, sehingga produk yang akan dijual harus istimewa di hadapan konsumen, agar keuntungan semakin besar perlu mempertimbangkan produk apa saja yang akan dijual. Semakin banyak orang yang tertarik dan membutuhkan maka semakin banyak produk tersebut terjual kepada konsumen, pemilihan produk yang tepat untuk dijual akan memudahkan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengajukan penelitian: **“Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (studi pada Indomaret Mangli)”**.

IAIN JEMBER

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.⁵

1. Bagaimana proses *layout* di Indomaret Mangli?
2. Bagaimana pemilihan produk yang di pajang pada Indomaret Mangli?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui proses *layout* di Indomaret Mangli
3. Ingin mengetahui pemilihan produk yang dipajang di Indomaret Mangli

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan dapat yang bersifat praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. kegunaan penelitian harus realistis.⁶

⁵ Babun Soeharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

⁶ Babun Soeharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi dan sumbangsih pemikiran untuk memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang ekonomi terutama terkait analisis *layout* dan pemilihan produk pada Indomaret Regional Jember (studi pada Indomaret Mangli)

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan kompetensi peneliti dan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan analisis *layout* dan pemilihan produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Mangli)

b. Bagi almamater IAIN Jember dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dan seluruh civitas akademika

c. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dalam menerapkan berbagai kebijakan yang akan dilaksanakan.

d. Bagi Pembaca Umum

Penelitian ini dapat dijadikan Sebagai pengetahuan baru literatur ilmiah untuk mengetahui analisis *layout* dan pemilihan produk pada Indomaret Regional Jember (studi pada Indomaret Mangli)

E. Devinisi Istilah

Devinisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak ada kesalah pahaman terhadap makna istilah, sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.⁷

Layout menurut para ahli sebagai berikut:

1. Menurut Jay Heyzer dan Barry Render dalam bukunya *layout* atau tata letak merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang.⁸
2. Menurut Sofjan *layout* tata letak adalah fase yang termasuk dalam desain dari suatu produksi.⁹
3. Joko juga menyatakan bahwa *Layout* adalah penataan seluruh fasilitas produksi yang ada didalam perusahaan. Penataan fasilitas ini diperlukan agar proses *produksi* yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.¹⁰
4. Sedangkan menurut Warsono, menyatakan bahwa *Layout* adalah pemilihan lokasi untuk masing-masing departemen, proses, fungsi, atau aktifitas yang merupakan bagian dari operasi dalam suatu fasilitas. *Layout* fasilitas menentukan arus umum manusia dan material dengan fasilitas dan berpengaruh penting pada efisiensi jangka panjang operasi. Keputusan

⁷ Ibid., 45.

⁸ Jay Heizer dan Barry Render (penerjemah: Krenohandi Ariyoto) *Operations Manajement* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 450.

⁹ Sofjan Assauri *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), 57.

¹⁰ Joko dan Sri *Manajemen produksi dan operasi* (Malang: UMM Press, 2004), 83.

Layout meliputi penempatan terbaik mesin, kantor dan meja, atau pusat jasa.

5. *Layout* adalah susunan *lokasi-lokasi* yang difungsikan untuk menyimpan jenis barang tertentu dalam mempertimbangkan berbagai kebutuhan operasional perusahaan.¹¹

Dari beberapa pernyataan para ahli, maka yang dimaksud peneliti *Layout* (tata letak) adalah pemetaan area yang dirancang sebagai tempat menjual suatu produk untuk membantu konsumen dalam berbelanja dan mencari barang yang akan dibeli.

IAIN JEMBER

¹¹ Rika Ampuh Hadiguna *Manajemen Pabrik Pendekatan Sistem untuk Efisiensi dan Efektifitas* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). 126.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

- a. Nel Arianty. 2017. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (*Lay Out*) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif serta uji perbedaan persepsi konsumen terhadap pasar *modern* dan pasar tradisional dari segi tata letak dan kualitas pelayanan.

Hasil uji perbedaan persepsi konsumen dari segi tata letak menunjukkan ada perbedaan signifikan dengan nilai bahwa nilai probabilitas t (*Sig2tailed*) sebesar 0.000 [$\text{Sig (2tailed)} \leq \alpha 0.05$]. Dari uji perbedaan persepsi konsumen dari segi kualitas pelayanan, terlihat bahwa nilai probabilitas t (*Sig2tailed*) sebesar 0.000 [$\text{Sig (2tailed)} \leq \alpha 0.05$], yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan pasar modern dan pasar tradisional.

Dari hasil plotting matriks performance analisis pasar modern diketahui bahwa faktor penilaian kualitas pelayanan lebih banyak berada di kuadran B, yaitu untuk dipertahankan, diikuti oleh kuadran A (untuk diperbaiki) dan 2 faktor di kuadran C. Untuk faktor kualitas pelayanan pasar tradisional, 17 faktor berada dalam kuadran D, 1 faktor berada dalam

kuadran C. Kualitas pelayanan pasar modern dipersepsikan baik oleh konsumen, sedangkan pasar tradisional dinilai cukup baik.¹²

2. Prasetya Mulya. 2017. Analisis Pelaksanaan Pengawasan Produksi dan *Layout* untuk Meningkatkan Kualitas Produk yang Dihasilkan pada Pabrik Tulen Pematangsiantar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peningkatan kualitas produk yang dilakukan melalui pelaksanaan pengawasan produksi dan layout pada Pabrik Tulen Pematangsiantar.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain penelitian yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, metode dokumentasi dan metode observasi.

Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan metode deskriptif komparatif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Pengawasan produksi pada Pabrik Tulen Pematangsiantar masih belum optimal karena masih adanya kelalaian yang terjadi selama proses produksi berlangsung. 2. Penataan tata letak pada Pabrik Tulen Pematangsiantar masih belum optimal karena pengawas masih mengalami kesulitan dalam mengawasi proses produksi yang sedang berlangsung. 3. Kerugian akibat produk rusak yang dialami Pabrik Tulen Pematangsiantar mengakibatkan pemilik

¹² Nel Arianty, *Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional*. (Jurnal, Universitas Muhammadiyah, Sumatra Utara), 18.

perusahaan harus menaikkan harga produk agar kualitas produk yang dihasilkan tidak berkurang.¹³

3. Muthi'atur Rofi'ah. 2017. Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di Tengah Maraknya Indomaret dan Alfamaret. Hasil penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan jenis penelitian *field research* yaitu penelitian yang dilakukan disuatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif.

Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, peneliti menggunakan observasi partisipatif pasif, artinya peneliti datang ketempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut dan dokumentasi.¹⁴

4. Tri Wahyuningsih. 2017. Simulasi *Layout* dalam Upaya Efisiensi dan Efektivitas Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tata letak (*layout*) yang diterapkan, perhitungan keseimbangan lini pada kondisi nyata dan simulasi keseimbangan lini dalam upaya efisiensi dan efektivitas pada industri tenun ikat Medali Mas Kota Kediri.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian dengan metode keseimbangan lini

¹³ Prasetya Mulya, *Analysis Pelaksanaan Pengawasan Produksi dan Layout untuk Meningkatkan Kualitas Produk yang Dihasilkan pada Pabrik Tulen Pematangsiantar* (Jurnal, , 2017), 30.

¹⁴ Muthi'atur Rofi'ah, *Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di tengah Maraknya Indomaret dan Alfamaret* (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2017), 6.

dan teknik pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Langkah-langkah pengumpulan data yang digunakan dengan penelitian lapangan meliputi wawancara, observasi dan studi literatur.

Hasil dari penelitian ini adalah Jenis *layout* yang diterapkan oleh tenun ikat Medali Mas adalah tata letak produk. Melalui penerapan metode keseimbangan lini pada *layout* fasilitas produksi Medali Mas diketahui pada siklus kerja kondisi nyata 420 menit dengan total waktu menganggur yang dimiliki sebesar 364 menit dengan tingkat efisiensi lini hanya sebesar 56,67%, Efektivitas lini sebesar 70%, dan persentase tingkat penundaan sebesar 43,33%. Sedangkan perhitungan simulasi keseimbangan lini pada siklus kerja 240 menit memiliki total waktu menganggur yang jauh lebih kecil 4 menit. Dengan tingkat efisiensi lini mencapai 99,17%, efektivitas lini sebesar 100 %, dan persentase tingkat penundaan sebesar 0,83%.¹⁵

5. Ria Arifianti. 2016. Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan secara induktif untuk memperoleh data yang bersifat menyeluruh atau holistic dan mendalam.

Metode penelitiannya adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ritel Modern menggunakan jenis tata letak ritel. Penataan tata letak didasarkan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja. Selain daripada itu penempatan layout

¹⁵ Tri Wahyuningsih, *Simulasi Layout dalam Upaya Efisiensi dan Efektivitas Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri* (Artikel, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri, 2017), 2.

yang baik akan memberikan dampak dan meningkatkan daya saing. Adapun saran yang diberikan adalah Adanya petunjuk yang jelas tentang penempatan barang, sehingga tidak memusingkan konsumen ketika berbelanja.¹⁶

6. Emmy Supariyani dan Bintang Sahala M .2015. Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel (studi pada Matahari Foodmart Ekalokasari Bogor). dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian mengenai bentuk tata letak yang digunakan oleh Foodmart Ekalokasari Bogor saat ini adalah bentuk tata letak garis lurus (*layout grid line*). Hasil analisis mengenai bagaimana tata letak (*layout*) *grid line* yang dipersepsikan pelanggan pada saat ini secara keseluruhan, sudah berada pada kategori baik, akan tetapi jika dilihat lebih rinci masih terdapat kinerja indikator tata letak (*layout*) *grid line* yang masih berada dibawah harapan pelanggan.

Hasil analisis mengenai bagaimana pengaruh tata letak (*layout*) *grid line* terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada saat ini, yaitu analisis regresi diketahui bahwa fungsi, $y=11.476 + 0.668(x)$. Persamaan ini berfungsi untuk meramalkan, jika nilai dari variable tata letak (*layout*) *grid line* dimisalkan 100, maka kepuasan pelanggan sebesar 78.276. Analisis koefisien korelasi diketahui bahwa $r = 0.655$, mengartikan bahwa variabel tata letak (*layout*) *grid line* dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif. Dilihat dari hasil uji *t* hitung, diperoleh

¹⁶ Ria Arifianti, *Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel*. (Jurnal, Universitas Padjadjaran, 2016), 251.

nilai sebesar 8.851, dapat disimpulkan bahwa t hitung (8.851) > t tabel (1,661) yang berarti t hitung jatuh pada daerah penolakan H_0 , maka hipotesis nol ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Analisis koefisien determinasi tata letak (layout) grid line memiliki kontribusi sebesar 42.9 persen dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dan sisanya sebesar 57.1 persen dipengaruhi oleh kontribusi faktor lain ataupun faktor tata letak (layout) grid line yang masih lemah seperti pelayanan, lokasi toko maupun tempat parkir.

Hasil dari penerapan *dedicated storage* untuk usulan 1 sebesar 877,779 m jarak ini memiliki selisih sebesar 305, 562m dari jarak kondisi *existing* yaitu, 183,341m dengan persentasi penurunan jarak 25,82 persen sedangkan untuk jarak usulan 2 didapatkan total jarak sebesar 772.486m dari jarak kondisi *existing* dengan persentasi penurunan jarak 34,72 persen. Angka ini menunjukkan total perjalanan yang diperlukan material *handling* untuk menyimpan dan mengirim produk yang ada di gudang.

7. Irfan Hadi Permana. 2014. *Relayout Tata Letak Gudang Produk Jadi Baja Tulangan dengan Menggunakan Metode Dedicated Storage di PT. ABC*.¹⁷

Metode penelitian ini menggunakan metode *dedicated storage* merupakan metode tata letak penyimpanan produk berdasarkan banyaknya aktivitas keluar masuk produk digudang dengan jarak tempuh terpendek terhadap input output point (*throughput*). Dengan adanya rancangan penyusunan penerapan *dedicated storage* ini diharapkan produk yang akan disimpan

¹⁷ Irfan Hadi Permana. *Relayout Tata Letak Gudang Produk Jadi Baja Tulangan dengan Menggunakan Metode Dedicated Storage di PT. ABC* (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2014), 4.

dapat menempati lokasi yang tetap untuk memudahkan yang akan disimpan dapat menempati lokasi yang tepat untuk memudahkan operator dalam menyimpan dan mengambil produk sehingga aliran produk menjadi lancar dan pemakaian area penyimpanan an pemakaian are penyimpanan (*space requirement*) menjadi lebih optimal.

8. Nur Hidayatul Khasanah. 2012. Pelayanan di Pasar Modern Indomaret Ambulu 2. Hasil penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *fenomenologik* dan penentuan informan *purposive*, metode pengumpulan data: observasi, interview dan dokumenter, analisis data menggunakan *kualitatif deskriptif* serta validitas data menggunakan *triangulasi sumber*. Kesimpulan umum adalah yang ada di Indomaret Ambulu ada dua bentuk pelayanan. Pelayanan yang pertama adalah pelayanan prima, bentuk pelayanan prima yang ada di Indomaret Ambulu 2 meliputi: pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empat*. Dan bentuk pelayanan yang kedua adalah pelayanan sepenuh hati yaitu: *passionate, proactive, dan possitive*.¹⁸
9. Diana Djuwita. 2010 Evaluasi Tata Letak Pasar Modern di Kota Cirebon (Kajian Evaluasi Peraturan Walikota Cirebon No. 23 Tahun 2010). Penelitian ini membahas perangkat regulasi yang berkaitan dengan toko modern, analisis kondisi sosial ekonomi masyarakat Kota Cirebon, hasil temuan di lapangan, dan implementasi regulasi yang ada dalam mengatasi masalah perkembangan dan zona pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan

¹⁸ Nur Hidayatul Khasanah, *Skripsi Pelayanan di Pasar Modern Indomaret Ambulu 2* (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2012), 6.

toko modern di Kota Cirebon serta evaluasi Pasal 8 Perwali No. 23 Tahun 2010 Kota Cirebon berdasarkan data terbaru tahun 2012-2013 menurut aspek sosial ekonomi, kajian hukum dan stakeholders.

Belum efektifnya Perwali Kota Cirebon 23/2010 Pasal 8 mendorong dilakukannya evaluasi terhadap peraturan tersebut baik berdasarkan aspek sosial ekonomi, hukum maupun *stakeholder*, sehingga penting untuk dilakukan revisi terhadap Pasal 8 Perwali Kota Cirebon 23/2010 dengan cara menambahkan ayat yang mengacu pada analisa sosial ekonomi masyarakat kota Cirebon. Hasil Evaluasi berupa rekomendasi tentang penambahan atau pengurangan minimarket di Kota Cirebon.

10. Erva Avivatu Diana. 2009. Pengaruh Pasar Modern Indomaret terhadap Pasar Tradisional di Pasar Balung Tahun 2009. Hasil penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengambil sampel dengan *purposive sampling* yang menentukan responden dengan kriteria toko berada dipasar balung dan barang yang dijual sama dengan yang dijual oleh pasar modern sekitar. Kesimpulan umum dari penelitian ini pasar modern memberikan pengaruh pada pasar tradisional baik diukur dari segi jumlah konsumen dan omset penjualan.¹⁹

¹⁹ Erva Avivatu Diana, Pengaruh Pasar Modern Indomaret terhadap Pasar Tradisional di pasar Balung Tahun 2009 (Skripsi, STAIN Jember, Jember, 2009), 6.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian terdahulu | Persamaan | Perbedaan |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Nel Arianty. 2017. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (<i>Lay Out</i>) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. | a. Sama-sama meneliti tentang pasar modern b. Sama-sama meneliti tentang <i>lay out</i> (tata letak) | a. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif |
| 2 | Prasetya Mulya. 2017. Analisis Pelaksanaan Pengawasan Produksi dan <i>Layout</i> untuk Meningkatkan Kualitas Produk yang Dihasilkan pada Pabrik Tulen Pematangsiantar. | a. Sama-sama meneliti tentang <i>layout</i> b. Sama-sama menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. | a. Penelitian ini menggunakan obyek yang berbeda |
| 3 | Muthi'atur Rofi'ah. 2017. Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di Tengah Maraknya Indomaret dan Alfamaret. | a. Sama-sama Menggunakan metode penelitian kualitatif | a. Penelitian ini menggunakan obyek yang berbeda |
| 4 | Tri Wahyuningsih. 2017. Simulasi <i>Layout</i> dalam Upaya Efisiensi dan Efektivitas Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri. | a. Sama-sama meneliti tentang <i>layout</i> | a. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif b. Penelitian ini memiliki obyek yang berbeda |
| 5 | Ria Arifianti. 2016. Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel. | a. Sama-sama membahas mengenai tata letak b. Sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. c. Sama-sama | a. Penelitian ini menggunakan obyek yang berbeda |

| | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | menggunakan Teknik pengumpulan data observasi, dan wawancara mendalam | |
| 6 | Emmy Supariyani dan Bintang Sahala M .2015. Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel (studi pada Matahari Foodmart Ekalokasari Bogor). | a. Sama-sama meneliti tentang <i>layout</i> (tata letak) | a. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif |
| 7 | Irfan Hadi Permana. 2014. <i>Relayout</i> Tata Letak Gudang Produk Jadi Baja Tulangan dengan Menggunakan Metode <i>Dedicated Storage</i> di PT. ABC | a. Sama-sama membahas mengenai tata letak | a. Menggunakan Metode <i>Dedicated Storage</i> |
| 8 | Nur Hidayatul Khasanah. 2012. Pelayanan di Pasar Modern Indomaret Ambulu 2. | a. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, <i>interview</i> dan dan dokumentasi b. Sama-sama meneliti indomaret | a. Menggunakan pendekatan <i>fenomenologik</i> |
| 9 | Diana Djuwita. 2010 Evaluasi Tata Letak Pasar Modern di Kota Cirebon (Kajian Evaluasi Peraturan Walikota Cirebon No. 23 Tahun 2010). | a. Sama-sama membahas mengenai tata letak | a. Penelitian ini memiliki obyek yang berbeda |
| 10 | Erva Avivatu Diana. 2009. Pengaruh Pasar Modern Indomaret terhadap Pasar Tradisional di Pasar Balung Tahun 2009. | a. Sama-sama membahas mengenai Indomaret | b. Penelitian ini Menggunakan metode kuantitatif dan memiliki obyek yang berbeda |

Sumber : Skripsi dan *Digital Library* IAIN Jember

B. Kajian Teori

1. *Layout* (tata letak)

a. Pengertian *Layout* (tata letak)

Layout atau tata letak berhubungan erat dengan alokasi ruang guna penempatan produk yang akan dijual. *Layout* adalah pemetaan area yang dirancang sebagai tempat menjual suatu produk untuk membantu konsumen dalam berbelanja dan pencarian barang yang akan dibeli.

Layout merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang.²⁰

Joko menyatakan bahwa *Layout* adalah penataan seluruh fasilitas produksi yang ada didalam perusahaan. Penataan fasilitas ini diperlukan agar proses produksi yang dilakukan perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.²¹

Sedangkan menurut Warsono, menyatakan bahwa *Layout* adalah pemilihan lokasi untuk masing-masing departemen, proses, fungsi, atau aktifitas yang merupakan bagian dari operasi dalam suatu fasilitas. *Layout* fasilitas menentukan arus umum manusia dan material dengan fasilitas dan berpengaruh penting pada efisiensi jangka panjang operasi. Keputusan *Layout* meliputi penempatan terbaik mesin, kantor dan meja, atau pusat jasa.

Layout merupakan salah satu keputusan strategis operasional yang turut menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang.

²⁰ Jay Heizer dan Barry Render (penerjemah: Krenohandi Ariyoto) *Operations Manajement* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 450.

²¹ Joko dan Sri *Manajemen produksi dan operasi* (Malang: UMM Press, 2004), 83.

Layout yang tepat menunjukkan ciri-ciri adanya penyesuaian tata letak fasilitas operasional itu dengan jenis produk atau jasa yang dihasilkan dan proses konversinya. *Layout* yang baik akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. *Layout* menentukan daya saing perusahaan dalam hal mencakup kapasitas, kelancaran proses, fleksibilitas operasi, dan biaya penanganan bahan, serta untuk kenyamanan kerja.²²

Layout adalah susunan lokasi-lokasi yang difungsikan untuk menyimpan jenis barang tertentu dalam mempertimbangkan berbagai kebutuhan operasional perusahaan.²³

b. Konsep (*layout*) Tata Letak

Penentuan (*layout*) tata letak meliputi pengaturan tata letak mesin-mesin, bahan-bahan, personalia, perlengkapan untuk operasi, dan semua peralatan dan fasilitas untuk terlaksananya yang lancar dan efisien.²⁴ Desain *layout* dirancang untuk memungkinkan perpindahan yang ekonomis dari orang-orang dan bahan-bahan dalam berbagai operasi dan perusahaan. Penentuan *layout* tata letak fasilitas-fasilitas produksi ini erat hubungannya dengan pendirian gedung atau pabrik.²⁵

²² Jay Heizer dan Barry Render *Operations Manajement.*, 450.

²³ Rika Ampuh Hadiguna *Manajemen Pabrik Pendekatan Sistem untuk Efisiensi dan Efektifitas* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). 126.

²⁴ Sofjan Assauri *Manajemen Produksi Dan Operasi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993). 57.

²⁵ T Hani Handoko *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: BFEE, 1984). 104.

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi jangka panjang. Tata letak mempunyai dampak strategis karena dalam menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya dan lingkungan kerja, kontak pelanggan serta citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat mencapai suatu strategi yang menunjang diferensiasi, biaya yang rendah atau respon yang cepat.²⁶

Layout yang tepat akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. Hal ini akan memperlancar arus produksi atau jasa yang akan diproses mulai sejak disiapkan dan diserahkan kedalam pemrosesan sampai produk atau jasa akhir, disamping itu karyawan dapat bekerja secara leluasa, aman dan jauh dari tekanan masyarakat.²⁷ Desain tata letak pun harus mempertimbangkan bagaimana dapat mencapai:

- 1) Utilisasi ruang, peralatan, dan peralatan yang lebih tinggi
- 2) Aliran informasi, barang atau orang yang lebih baik
- 3) moral karyawan yang lebih baik
- 4) Fleksibilitas (kondisi tata letak yang ada sekarang, tata letak tersebut akan perlu diubah).²⁸

Tujuannya ialah mendekatkan produk kepada konsumen agar tersedia dalam tempat serta jumlah yang tepat, untuk kenyamanan dan

²⁶ Ibid., 450.

²⁷ Murdifi Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 433.

²⁸ Jay Heizer dan Barry Render *Operations Managemen.*, 450.

kemudahan untuk memperoleh produk serta untuk efisiensi dan efektifitas *space* yang ada, yaitu pengelompokan produk berdasarkan *group* dan *sub group*.²⁹

Tujuan penempatan tata letak ini adalah meminimumkan material *handling cost*, meningkatkan utilisasi ruangan, meningkatkan efisiensi utilisasi tenaga kerja pabrik, mengurangi kendala proses, dan memudahkan komunikasi dan interaksi antara para pekerja dengan para pelanggan perusahaannya.³⁰

- 1) Pemanfaatan yang lebih efektif atas ruangan, peralatan dan manusia.
- 2) Arus informasi, bahan baku, dan manusia yang lebih baik.
- 3) Lebih memudahkan konsumen.
- 4) Peningkatan moral karyawan dan kondisi kerja yang lebih aman.³¹

Tata letak ini digunakan untuk mengembangkan tata letak yang ekonomis dan dapat membantu pencapaian keempat tersebut dengan memenuhi kebutuhan perusahaan untuk beroperasi secara efektif, efisien, ekonomis dan produktif. Pada umumnya perencanaan layout dan modifikasinya diperlukan setiap perusahaan. Kebutuhan modifikasinya di sebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Terjadinya perubahan desain produk secara terus menerus
- 2) Adanya perubahan permintaan
- 3) Kemungkinan pergantian fasilitas agar selalu baru

²⁹ Ibid., 450.

³⁰ ³⁰ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 442.

³¹ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 285.

- 4) Adanya kondisi lingkungan kerja yang tidak memuaskan
- 5) Resiko kecelakaan kerja dalam proses produksi
- 6) Kebutuhan akan penghematan biaya
- 7) Mendukung pergeseran atau perluasan lokasi produk perusahaan.³²

c. **Layout Ritel**

Layout ritel adalah tata letak dari usaha eceran besar atau kecil, seperti *department store* dan supermarket.³³ *layout* ritel sebagai pengaturan bagian *selling* dan *non-selling*, lorong, rak pajangan, serta pemajangan barang. Suasana atau atmosfer toko merupakan bagian dari *retail marketing mix* yang termasuk dalam konsep *place*, dimana *layout* atau penyajian atau pemajangan barang (*merchandise*) di dalam toko. Tata letak toko didasarkan pada ide bahwa penjualan dan keuntungan bervariasi bergantung pada produk yang dapat menarik perhatian pelanggan.³⁴

Ritel modern mempunyai tata letak ritel. (*layout*) Tata letak ritel mempunyai rak-rak dan memberikan tanggapan atas perilaku pelanggan. Rak-rak tersebut diletakkan dilorong-lorong, sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja, ada lima ide yang berguna dalam menentukan penempatan toko secara keseluruhan, penempatan (*layout*) tata letak tersebut berkaitan dengan:

- a) penempatan barang-barang yang paling sering dibeli konsumen di sekitar akses ke luar toko atau di depan kasir.

³² Murdifi Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 442.

³³ *Ibid.*, 305.

³⁴ Sopiah dan Syihabuddin, *Manajemen Bisnis Ritel*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008). 213.

- b) menggunakan lokasi yang strategis untuk barang-barang yang menarik dan memiliki keuntungan besar.
- c) mendistribusikan barang-barang yang dikenal pedagang sebagai “produk andalan”, barang-barang yang menjadi alasan utama para pengunjung berbelanja pada kedua sisi lorong, dan letakkan mereka secara tersebar untuk menjadikan pengunjung melihat lebih banyak barang yang lain.
- d) menggunakan lokasi ujung lorong karena mereka memiliki tingkat eksposur yang tinggi.
- e) menyampaikan misi toko dengan memilih posisi bagian yang akan menjadi perhentian pertama bagi pelanggan. Sebagai contoh, jika makanan siap saji merupakan bagian dari misi perusahaan, maka tempatkan bagian roti dan makanan didepan untuk menarik pelanggan yang memiliki orientasi kenyamanan.³⁵

Setiap waktu (minggu atau bulan) dilakukan pergeseran tata letak, dengan tujuan memberikan kesan baru kepada konsumen. Dengan pemindahan tempat pemajangan dan perubahan tampilan pajangan barang di rak penjualan itu, diharapkan untuk mempengaruhi pandangan konsumen sehingga dapat menciptakan persepsi baru bagi konsumen, minimal ada anggapan bahwa barang lama sudah habis terjual dan barang yang baru diperoleh di tempat pemajangan lainnya.³⁶

³⁵ Jay Heizer dan Barry Render *Operations Manajement.*, 466-467.

³⁶ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern.*, 305.

Setelah tata letak ritel keseluruhan diputuskan, produk-produk harus diatur untuk dijual. Ada banyak pertimbangan dalam pengaturan ini. Walaupun demikian, tujuan utama tata letak toko eceran adalah memaksimalkan keuntungan luas lantai per kaki persegi atau beberapa toko, per panjang rak.³⁷ Sebuah desain *layout* ritel yang baik dapat memberikan berbagai keuntungan. *layout* ritel memberikan fungsi:

- a) Pelayanan yang efektif untuk konsumen, tata letak harus membuat pelayanan yang mudah untuk pelanggan untuk bergerak di dalam toko dan memperoleh barang dagangan yang diinginkan dengan meminimalkan kebingungan, penundaan kebutuhan.
- b) Meningkatkan efisiensi toko, tata letak dapat meminimalkan karyawan dan kebutuhan dalam mengatur pergerakan barang-barang.
- c) Pemaksimalan penjualan, penataan barang dagangan dapat meyakinkan dalam mengekspos untuk keseluruhan barang dagangan, berdasar pertimbangan biaya ruang, pergerakan produk, dan keuntungan.
- d) Perwujudan dari gambaran yang diinginkan, harus menyediakan ruang dan menata bagian-bagian secara konsisten dengan gambaran pencapaian yang diinginkan. manfaat *layout*:
- e) Manfaat kegunaan tempat, kegunaan ini didapatkan konsumen karena dengan produk (*layout*) ditempatkan pada tempat yang dapat didatangi oleh konsumen.

³⁷ Jay Heizer dan Barry Render *Operations Manajement.*, 467.

- f) Manfaat kegunaan informasi, dengan melakukan promosi dan penempatan produk yang baik maka konsumen dapat memperoleh informasi, membujuk konsumen agar membeli dan mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk dan tempatnya (*layout*).
- g) Manfaat kegunaan waktu, hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa konsumen dapat memperoleh produk pada saat yang diinginkan

d. Jenis-Jenis *Layout Ritel*

ada beberapa macam jenis *layout* ritel yang digunakan oleh ritel *modern*, sebagai berikut:

- a) *Gridiron layout*: pola lurus (pola *gridiron* atau pola *grid*)

Pola lurus menguntungkan atau efisien, lebih banyak menampung barang yang dipamerkan, mempermudah konsumen untuk berhemat waktu berbelanja, dan kontrol lebih mudah. Lebih baik untuk diterapkan dalam suatu kenyamanan toko.

- b) *Free Flow Layout* : tata letak arus bebas

Untuk gerai besar seperti *department store* tata letak ini disebut juga sebagai tata letak lengkung dengan potongan berupa gang (*aisle*) yang memungkinkan pengunjung gerai bebas berbelok-belok sama bebasnya dengan gerai kecil yang memakai *free flow layout*. Tata letak dengan pola ini menguntungkan dalam hal memberi kesan bersahabat dan mendorong konsumen bersantai dalam memilih. Pada pola *free flow* ini, barang yang diletakkan secara mengelompok dengan pola yang memudahkan konsumen untuk hilir

mudik dan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk melihat kelompok-kelompok barang atau produk. Hal yang diharapkan pada pola ini ialah pembelian secara spontan (*impulse buying*), dapat memberikan lebih banyak pilihan pada produk dari satu tempat ke tempat lain, dan dapat memberikan kesan yang bersahabat.

c) *Boutique Layout*

Boutique Layout (tata letak butik) merupakan versi yang sama dengan tata letak arus bebas, kecuali bahwa bagian-bagian atau masing-masing *departement* diatur seolah-olah toko special yang berdiri sendiri.

d) *Guided shopper flows* : tata letak arus berpenurun

Tata letak arus berpenurun terbilang tata letak yang sedikit diatur. Tata letak ini membuat pelanggan dapat digiring melalui jalan yang diciptakan, sehingga salah satu kerugiannya adalah kelelahan sebagian pelanggan. Tetapi, keuntungan bagi pelanggan mereka mendapatkan suguhan pilihan produk dalam ragam dan jumlah item yang besar.³⁸

Dalam tata letak (*layout*) juga mempertimbangkan:

Pertama, Kondisi yang berkenaan dengan lingkungan, yaitu karakteristik seperti pencahayaan, suara, bau dan suhu.

³⁸Triyoni Sigit *Sukses Terpadu Bisnis Ritel* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo: 2006), 176.

Kedua, tata letak yang luas dan mempunyai fungsi, meliputi rencana pola sirkulasi pelanggan, karakteristik lorong (seperti lebar, arah, sudut, dan jarak antar rak), serta pengelompokan produk.

Ketiga, berkaitan dengan tanda-tanda, simbol, dan artefak yang merupakan karakteristik desain.³⁹

e. *Layout Fasilitas*

Layout fasilitas merupakan keseluruhan bentuk dan penempatan fasilitas-fasilitas yang diperlukan di dalam proses produksi. Tata letak fasilitas merupakan bagian dari perancangan fasilitas yang lebih fokus pada pengaturan unsur-unsur fisik. Unsur-unsur fisik yang dimaksud dapat berupa rak, peralatan, meja, bangunan dan sebagainya. Adapun tujuan pengaturan *layout* fasilitas yang baik adalah :

- 1) Memaximumkan pemanfaatan peralatan pabrik.
- 2) Meminimumkan kebutuhan tenaga kerja.
- 3) Mengusahakan agar aliran bahan dan produk lancar.
- 4) Meminimumkan hambatan pada kesehatan.
- 5) Meminimumkan usaha membawa bahan.
- 6) Memaximumkan pemanfaatan ruang yang tersedia.
- 7) Memaximumkan keluwesan menghindari hambatan operasi dari tempat yang terlalu padat.
- 8) Memberikan kesempatan berkomunikasi bagi para karyawan dengan menempatkan mesin dan proses secara benar.

³⁹ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 460.

- 9) Memaksimalkan hasil produksi.
- 10) Meminimumkan kebutuhan akan pengawasan dan pengendalian dengan menempatkan mesin, lorong atau gang, dan fasilitas penunjang agar diperoleh komunikasi mudah dan siap.⁴⁰

2. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan, dalam marketing, produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik dan kemasannya serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya.⁴¹

a. Konsep Produk:

Berikut beberapa konsep produk:

- a) *Core product*, yakni semua manfaat pokok (core benefits) yang ditawarkan produk kepada konsumen. Manfaat benefit merupakan hasil yang diterima konsumen dari penggunaan atau kepemilikan sebuah barang atau jasa contoh: manfaat pokok sebuah mobil adalah untuk alat transportasi dari suatu tempat ke tempat lain
- b) *Actual product*, yaitu produk fisik atau *delivered service* yang memberikan manfaat produk. Contoh: saat kita membeli tiket pesawat Air Asia menuju kuala lumpur *core product* yang dibeli berupa *time critical transport* sedangkan *actual product* berupa nama merek Air Asia layout dan layanan terminal bandara.

⁴⁰ William J. Stevenson dan Sum Che Chuong (penerjemah: Diana Angelica, David Wijaya, Hirson Kurnia), *Operations Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2015). 275.

⁴¹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 176.

- c) *Augmented product*, yaitu *Actual product* ditambah fitur fitur pendukung lainnya seperti garansi, fasilitas kredit, layan antar, reparasi dan reparali purnabeli.

b. Klasifikasi produk

1) Barang (*goods*)

Barang merupakan produk yang berwujud fisik sehingga bisa dilihat, diraba, dirasa, di pegang, disimpan, dipindahkan dan mengalami perlakuan fisik lainnya.⁴² Ditinjau dari aspek durabilitas atau jangka waktu pemakaian, terdapat dua macam barang yaitu:

Pertama, barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam pemakaian normal kurang satu tahun. Contohnya adalah sabun, pasta gigi, *shampoo*, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam. Oleh karena barang jenis ini dikonsumsi dengan cepat (dalam waktu yang singkat) dan frekuensi pembeliannya sering terjadi, maka strategi yang paling tepat adalah menyediakannya di banyak lokasi, menerapkan *mark-up* harga yang kecil, dan mengiklankannya secara gencar untuk mendorong konsumen agar mencobanya dan sekaligus untuk membentuk preferensi produk.

Kedua, barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang yang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak

⁴² Ibid., 179.

pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian adalah satu tahun atau lebih).⁴³

- a) Siklus hidup produk (*product life cycle=PLC*) mendeskripsikan secara grafis riwayat penjualan sebuah produk atau kelas produk (*product class*) sejak pertama diperkenalkan di pasar sampai dengan ditarik ke pasar.
- b) Manajemen lini produk biasanya perusahaan mengawali kiprah bisnisnya dengan satu produk kemudian menambah produk lainnya. Dengan kata lain, perusahaan mengembangkan portofolio produk yang ditawarkan kepada konsumen. Pemasar wajib memahami relasi antara semua produk yang dimilikinya agar upaya pemasaran dapat lebih terkoordinasi.
- c) Pengembangan produk baru, produk baru adalah produk yang benar-benar baru bagi dunia penyempurnaan produk, modifikasi produk, dan merek.

c. Kategori produk baru

- 1) *New the world product* yakni hasil inovasi yang menciptakan pasar baru contohnya: mesin jet, televisi, obat antibiotik *i-pod* dan *i-pad* sewaktu pertama kali diluncurkan
- 2) Lini produk baru (*new product lines*), yakni produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya telah ada untuk pertama kali.

⁴³ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana., *Pemasaran Esensi & Aplikasi* ., 177.

- 3) Tambahan lini produk yang sudah ada (*additions to existing produk lines*), yaitu produk baru yang melengkapi lini produk yang sudah ada.

3. *Display*

1) Pengertian Penataan Produk (*Display*)

Penataan produk dikenal juga dengan istilah *display*. Penataan produk (*display*) adalah suatu cara penataan produk, terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. *display* adalah suatu cara mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*direct visual appeal*).⁴⁴

Display merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi penjualan. Pengertian *display* yaitu merupakan pemajangan atau tata letak barang dagangan untuk menarik minat beli konsumen agar terciptanya pembelian. Dengan melihat barang dagangan, konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.⁴⁵

2) Tujuan *Display*

Pelaksanaan *display* yang baik merupakan salah satu cara untuk memperoleh keberhasilan *self service* dalam menjual barang-barang.

⁴⁴ Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, *Modul Menata Produk*, (Sukabumi: Ghalia Indonesia, 2007), 8.

⁴⁵ <http://displayprdku.blogspot.com/2012/11/html> (diakses pada 12 April 2018, 14:00 WIB)

Hal ini dilihat di supermarket. Adapun tujuan *display* dapat digolongkan sebagai berikut:

- a. *Attention* dan *interest customer* adalah menarik perhatian pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu-lampu dan sebagainya.
- b. *Desire* dan *action customer* adalah untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah masuk ke toko, kemudian melakukan pembelian.⁴⁶

3) Jenis-jenis *Display*

Secara umum *display* dapat dibagi menjadi tiga, yaitu :

a) *Window display*

Window display yaitu memajangkan barang-barang, gambar-gambar kartu harga, simbol-simbol, dan sebagainya di bagian depan toko yang disebut etalase. Dengan demikian, calon konsumen yang lewat di depan toko, diharapkan akan tertarik dengan barang-barang tersebut dan ingin masuk ke dalam toko.

Tujuan *Window display* adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga keamanan barang dagangan. *Window display* hanya memperlihatkan barang dagangan yang ditawarkan saja, tanpa dapat disentuh oleh konsumen, sehingga pengamanan menjadi lebih mudah. Fungsi *Window display* adalah:

⁴⁶ Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi, *Modul Menata Produk.*, 9.

- a) Memancing perhatian terhadap barang barang yang dijual di toko.
- b) Menimbulkan *impulse buying* (dorongan seketika).
- c) Menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko.
- d) Menyatakan kualitas barang yang baik dan ciri khas toko tersebut

b) *Interior display*

Interior display yaitu pemajangan barang dagangan di dalam toko. Pemajangan ini dapat dilakukan antara lain di lantai, meja, dan rak-rak. *Interior display* ini ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

c) *Open Interior Display*

Open Interior Display yaitu barang-barang dipajangkan pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dihampiri dan dipegang, dilihat dan diteliti oleh calon pembeli tanpa bantuan petugas pelayanan. Kebaikan dari open *Open Interior Display* antara lain:

- (1) Barang dagangan dapat dijual dengan cepat.
- (2) Pemilik toko dengan mudah mengadakan perubahan susunan pajangan bilamana sewaktu waktu diperlukan.
- (3) Alat alat yang dipakai untuk memamerkan barang barang sederhana, barang barang yang dipajangkan biasanya: Barang-barang yang lama lakunya, barang-barang yang ingin cepat

habis terjual, barang-barang yang dibeli atas dorongan kata hati.

d) *Close Interior Display*

Close Interior Display adalah penataan produk dimana barang diletakkan dalam tempat tertentu, sehingga konsumen hanya dapat mengamati saja. Bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut, maka ia akan minta tolong pada pramuniaga untuk mengambilkannya.

e) *Architectural display*

Yaitu gambar yang menunjukkan gambaran mengenai penggunaan barang yang diperdagangkan, misalnya ruang tamu, mebel, kamar tidur.

f) *Exterior Display*

Exterior Display yaitu penataan yang dilaksanakan dengan memajangkan barang-barang diluar toko, misalnya pada waktu mengadakan obral dan pasar malam. *Display* ini mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

- (1) Memperkenalkan suatu produk secara cepat dan ekonomis.
- (2) Membantu produsen menyalurkan barang dagangannya dengan cepat.
- (3) Membantu mengkoordinasikan *advertising* dan *merchandising*.
- (4) Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.

Selain ketiga macam *display* yang telah diuraikan di atas, perlu juga diperhatikan beberapa hal dalam *display*, yaitu sebagai berikut:

g) *Dealer display*

Dealer display yaitu penataan yang dilaksanakan dengan cara *wholesaler* yang terdiri atas simbol-simbol dan petunjuk-petunjuk tentang penggunaan produk. Dengan memperlihatkan penggunaan dalam gambar dan petunjuk, maka *display* ini juga memberi peringatan kepada para petugas penjualan agar mereka tidak memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan petunjuk yang ada dalam gambar tersebut. Baik dengan *open interior display*, maupun dengan *closed interior display*, barang dagangan itu perlu diatur, ditata, disusun sedemikian rupa, agar para konsumen atau para pelanggan dapat tertarik dan berminat mau membelinya. Banyak cara yang dilakukan para pengusaha untuk memikat, merangsang agar barang dagangannya banyak diminati, disenangi para konsumen dan para pelanggan. Salah satu cara untuk memajukan barang dagangannya, diantaranya dengan ikut serta menyelenggarakan pameran. Pameran (*exhibition*) adalah salah satu cara promosi barang dagangan dengan melalui pameran khusus.⁴⁷

⁴⁷ www.ilmu-ekonomi-id.com. (diakses pada 13 April 2018, 21:00 WIB).

4) Syarat-Syarat Display

- a) Rapi dan bersih.
- b) Mudah dilihat, dijangkau, dan dicari.
- c) Lokasi yang tepat. Hal ini disesuaikan dengan keadaan toko.
- d) Aman.
- e) Menarik.

Peletakan barang yang baik sebaiknya memperhatikan beberapa hal:

1. Sedapat mungkin berdiri; setidaknya ada satu yang berdiri sehingga bisa menampilkan barang secara utuh. Merek menghadap ke depan.
2. Jika tidak mungkin diletakkan berdiri, barang diletakkan berbaring dengan tulisan atau merek huruf pertama di bawah sehingga mudah dibaca.
3. Peletakan barang mempertimbangkan ketinggian maksimal pada rak, yaitu sekitar 110-160 cm agar aman dan mudah diambil.
4. Pertimbangkan pula harga dan tingkat laku barang (cepat laku atau lambat laku). Letakkan barang yang benar-benar bernilai tinggi atau mahal di bagian *eye level* dan barang lambat laku di samping, atas, atau bawahnya.
5. Agar mudah diambil, barang diatur tidak terlalu rapat maupun bertumpuk berlebihan hingga susah diambil.⁴⁸

⁴⁸ Sopiah dan Syihabuddin, *Manajemen Bisnis Ritel*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008). 243.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode ini pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Berdasarkan cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.⁴⁹

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif karena berusaha mendeskripsikan tentang suatu proses yang dilakukan mengenai bagaimana proses *layout* dan pemilihan produk pada indomaret regional Jember (studi pada Indomaret Mangli)

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud tentang fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya tindakan, perilaku, persepsi dan lain-lain secara menyeluruh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵⁰

Fokus peneliti dalam penggunaan penelitian kualitatif ini karena memudahkan peneliti dalam menggambarkan, menganalisis dan menyimpulkan sebuah data terlebih penggunaan pendekatan kualitatif ini sesuai dengan masalah yaitu proses *layout* dan pemilihan produk pada Indomaret Regional Jember (studi pada Indomaret Mangli).

⁴⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 2.

⁵⁰ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 6.

Berkaitan dengan pendekatan penelitian, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami secara mendalam serta berupaya untuk menggambarkan bagaimana proses *layout* dan pemilihan produk pada indomaret regional Jember (studi pada Indomaret Mangli).

Dalam melakukan Penelitian, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif karena rumusan masalah dalam penelitian ini mengeksplorasi dan memotret situasi sosial Indomaret yang akan diteliti secara menyeluruh dan mendalam.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi dari sebuah penelitian yang akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian.

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Indomaret alamat: Jl. Otto Iskandar Dinata No.89 Karang Mluwo Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Penentuan lokasi ini dipilih berdasarkan alasan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Indomaret Mangli merupakan Indomaret Reguler.
2. Termasuk besar.
3. Memiliki *layout* (tata letak) yang tersistem.
4. Variasi produknya bermacam-macam.
5. Area parkir luas.
6. Tersedia mesin ATM Mandiri.
7. Adanya sewa teras lebih dari 2 orang.

8. Tempatnya strategis.
9. *Eventnya traffic*.⁵¹

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang yang menjadi sumber untuk memperoleh keterangan penelitian.⁵² Subyek dalam penelitian kualitatif yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data yang akan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.

Dalam penelitian kualitatif, kata-kata dan deskripsi tindakan orang-orang yang diamati merupakan sumber utama. Yang dimaksud sumber data penelitian adalah subjek dari mana data itu diperoleh.⁵³ Oleh karena itu, untuk memperoleh sumber data yang absah dan sesuai dengan tujuan penelitian diatas maka diperlukan informan yang tepat dan representatif dalam menguraikan masalah yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah kepala toko Indomaret Mangli, dalam hal proses *layot* dan pemilihan produk. Namun dalam melakukan penelitian sangatlah kurang absah data yang diperoleh jika hanya menentukan subjek atau sumber data dari satu pihak, maka dalam hal ini peneliti menentukan subjek penelitian memakai tehnik *purposive* bertujuan untuk menentukan informan. *purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan

⁵¹ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Mangli, 29 Juli 2018.

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 129.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Menurut Pendidikan Praktis* (Jakarta: Renika Cipta, 1991), 90.

pertimbangan tertentu.⁵⁴ Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin orang tersebut seorang penguasa yang akan diteliti.

Oleh karena itu informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Kepala Toko Indomaret Kelurahan Mangli

Kepala Toko Indomaret dipilih sebagai informan karena kepala toko mempunyai tanggung jawab yang besar dalam mengorganisir dan mengelola toko, maka dari itu kepala toko diperlukan agar diperoleh informasi mengenai keadaan toko.

b. Asisten Kepala Toko

Asisten kepala toko dipilih sebagai informan karena Asisten kepala toko bertanggung jawab mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional toko, maka dari itu wakil kepala toko diperlukan agar diperoleh informasi mengenai proses *layout* dan pemilihan produk.

c. Pramuniaga

Dipilih sebagai informan karena tugas-tugas pramuniaga identik dengan kebersihan seperti menyapu, mengepel, dan merapikan barang dagangan baik digudang maupun di rak, maka dari itu pramuniaga diperlukan agar diperoleh informasi mengenai proses *layout* dan pemilihan produk.

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 219.

d. Kasir

Dipilih sebagai informan karena kasir juga mempunyai bagian kerja yang menjamin kebersihan dan keindahan indomaret.

Tabel 3.1

Nama Informan

| No | Nama | Jabatan |
|----|-----------------------|------------------------------------|
| 1 | Hari Prasetyo | Kepala Toko |
| 2 | M. samsul arifin | Asisten Kepala Toko |
| 3 | Sapta Nanda Maulana I | Pramuniaga |
| 4 | Dewi Suci A. N | merchandiser |
| 5 | Qq Wulan Mei A | Kasir |
| 6 | Ahmad Jaelani | Pernah bekerja di Indomaret Mangli |

Sumber: Dokumen Data Karyawan Indomaret Mangli, (diolah)

D. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini dikatakan absah, jika data yang diperoleh dapat diuji kebenarannya. Untuk mendapatkan data yang valid, diperlukan metodologi yang tepat untuk mengumpulkannya. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini sebagai berikut:

a. Metode observasi

Observasi (pengamatan) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke lapangan penelitian. Dengan cara ini peneliti berupaya memahami situasi dan kondisi obyektif permasalahan yang ditelitinya. Pengamatan langsung yang dimaksud akan membentuk persepsi dan interpretasi terhadap situasi yang menjadi permasalahan yang menjadi obyek penelitian. Persepsi dan

situasional ini berguna untuk memperkuat interpretasi dalam proses analisis kualitatif.

Peneliti menggunakan teknik observasi sebagai salah satu teknik dalam mengumpulkan data karena dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan data yang valid maka diperlukan suatu pengamatan yang langsung dilakukan oleh peneliti dilapangan.

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis:

1) Observasi berperan serta (*participant observation*)

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. dengan observasi partisipan ini maka data yang akan diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui sampai tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

2) Observasi non partisipan

Dalam observasi non-partisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

3) Observasi terstruktur

Observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang diamati, kapan dan dimana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah

mengetahui dengan pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Pedoman wawancara terstruktur, atau angket tertutup dapat juga digunakan sebagai pedoman untuk melakukan observasi.

4) Observasi tidak terstruktur

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan di observasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tau secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan.⁵⁵

Adapun data yang diperoleh dari teknik observasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Observasi

| No | Obyek Observasi |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Lokasi atau tempat Indomaret Mangli |
| 2 | Keadaan dan kondisi indomaret sambil berbelanja |
| 3 | Kegiatan karyawan indomaret mulai dari bersih-bersih toko sampai merapikan barang |
| 4 | pencapaian lampu di indomaret Mangli, |
| 5 | kegiatan karyawan dalam proses <i>layout</i> dimulai dari jam 06:00 – 12:00 WIB |
| 6 | penempatan produk di rak |
| 7 | suasana di indomaret |
| 8 | <i>layout</i> kursi yang ada di indomaret |
| 9 | informasi harga |

⁵⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 145-146.

b. Metode Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah pertemuan dua orang saling bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu titik tertentu.⁵⁶ atau wawancara adalah sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau kelompok subjek penelitian untuk dijawab.⁵⁷

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam.

Tabel 3.3
Data Wawancara

| No | Fokus | Keterangan |
|----|-----------------------------------------------------|------------|
| 1 | proses <i>layout</i> di Indomaret Mangli | |
| 2 | pemilihan produk yang di pajang di Indomaret Mangli | |

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan nengan menelusuri dan mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat lengger dan sebagainya.⁵⁸

Dokumentasi merupakan sumber data dalam penelitian yang dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.

⁵⁶ Ibid.,. 66.

⁵⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002),130.

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991),234.

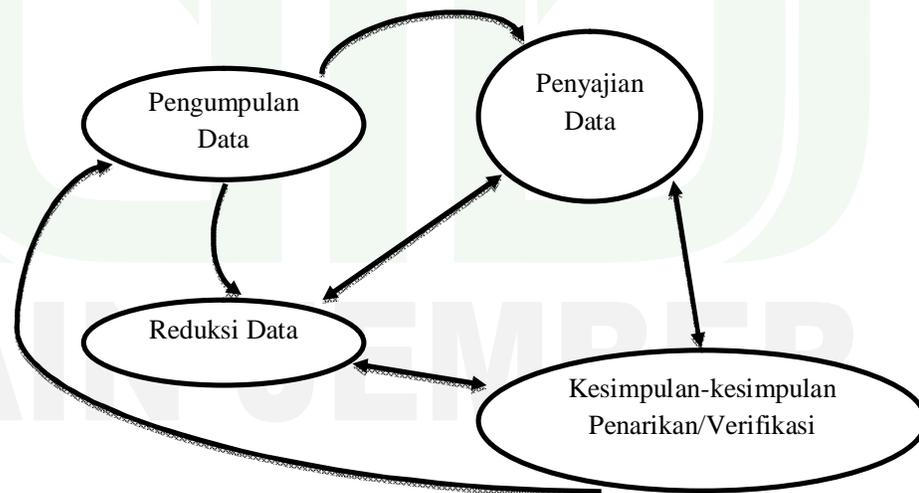
Tabel 3.4

Data Dokumentasi

| No | Nama Dokumen |
|----|-------------------------------------|
| 1 | Layout segar bersih (saber) |
| 2 | Foto saat proses <i>layout</i> |
| 3 | Foto pemilihan produk yang dipajang |

E. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul melalui observasi, wawancara dan dokumentasi maka langkah selanjutnya yaitu pengolahan data dan analisis data yaitu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵⁹ Proses analisis terhadap temuan diatas dengan menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu dengan analisis *interactive* model yang terdiri dari data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data langkah-langkah analisisnya dapat ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



⁵⁹ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2006), 263.

a. *Data Collection*

Data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data itu mungkin telah dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman), dan yang biasanya diproses kira-kira sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan atau alih tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasa disusun kedalam teks yang diperluas.⁶⁰

Tahap awal dalam penelitian yaitu pengumpulan data atau koleksi data dengan berbagai teknik (observasi, wawancara dan dokumentasi) dengan menggunakan instrumen sesuai dengan teknik pengumpulan data.

b. *Reduksi Data*

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.⁶¹ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok memfokuskan pembahasan pada hal-hal penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan menggambarkan sebuah kejelasan dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data.⁶²

⁶⁰ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman (penerjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi), *Qualitative Data Analysis* (Jakarta: Univeritas Indonesia Press, 1992), 15.

⁶¹ Miles Huberman, *Qualitative.*, 16.

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012). 247.

c. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya.⁶³

Penyajian data dalam penelitian adalah proses penyusunan informasi yang kompleks kedalam bentuk yang sistematis, sehingga lebih sederhana dan lebih mudah untuk difahami maknanya. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan.⁶⁴

d. Verifikasi Dan Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis data yang terdapat dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan yang sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Kesimpulan yang dikemukakan masih berifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat, yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁶⁵

⁶³ Ibid., 249.

⁶⁴ Milles Dan Hubberman., 17.

⁶⁵ Ibid., 252.

F. Keabsahan data

Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik keabsahan data.⁶⁶ Dalam penelitian kualitatif temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁶⁷

Untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang dapat digunakan yaitu derajat kepercayaan, keteralihan, ketergantungan dan kepastian.

Berdasarkan kriteria ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah teknik *triangulasi*. Teknik ini adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁶⁸

Sedangkan teknik triangulasi untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuisisioner.⁶⁹

⁶⁶ Babun Soeharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 47.

⁶⁷ Sugiono, *Memahami Penelitian.*, 119.

⁶⁸ Sugiono *Metode Penelitian.*, 274.

⁶⁹ *Ibid.*, 274.

G. Tahap-tahap penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.⁷⁰

Adapun tahap yang dilakukan antara lain:

1. Tahap pra lapangan

a. Menyusun rancangan penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat terlebih dahulu dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik penelitian dan selanjutnya untuk dikonsultasikan kepada dosen pembimbing skripsi yaitu Dr. Moch Chotib S.Ag., M.M. dan dilanjutkan penyusunan proposal penelitian hingga diseminarkan.

b. Memilih lapangan penelitian

Tahap selanjutnya yaitu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih yaitu Indomaret Kelurahan Mangli

c. Mengurus perizinan

Langkah selanjutnya yaitu mengurus perizinan dengan meminta surat pengantar dari akademik. Surat pengantar yang diperoleh dari Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan surat pengantar untuk memohon izin kepada Kepala Toko Indomaret Kelurahan Mangli untuk melakukan penelitian di toko tersebut

⁷⁰ Babun Soeharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 48.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diberikan izin, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian, mengetahui situasi dan kondisi tempat penelitian

e. Memilih dan menentukan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan penelitian. Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah Kepala Toko Indomaret Kelurahan Mangli dan Karyawan Indomaret.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus menyiapkan hal-hal yang diperlukan dalam penelitian yakni instrumen observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Tahap pelaksanaan lapangan

Tahap pelaksanaan lapangan dilakukan setelah persiapan penelitian dianggap telah matang. Tahap pelaksanaan lapangan dimulai dari peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi.

3. Tahap analisis data

setelah semua data terkumpul langkah selanjutnya yaitu menganalisis dan dilanjutkan dengan penyusunan laporan penelitian. Laporan penelitian disusun dengan menganalisis data sesuai dengan fokus penelitian, selanjutnya laporan penelitian tersebut diserahkan kepada

dosen pembimbing untuk direvisi, berdasarkan masukan-masukan dosen pembimbing tersebut, kemudian dilanjutkan sampai penelitian ini benar-benar terselesaikan dan dipertanggungjawabkan di depan penguji.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Indomaret

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara pada tahun 1988, dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis waralaba. Pada tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki lebih dari 230 gerai, jumlah gerai hingga tahun 2015 adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat, sampai dengan tahun 2017, jumlah gerai sebanyak 13.000 toko. Indomaret tersebar merata dari Sumatera, Jawa, Madura, Bali, Lombok, Kalimantan, Sulawesi.⁷¹

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan

⁷¹ <https://indomaret.co.id> (diakses pada 20 Juli 2018, 19.24 WIB)

kelengkapan pilihan produk yang berkualitas harga pasti yang bersaing, serta suasana yang nyaman.⁷²

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi Nusa dan Bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan Badan Hukum PT. Indomarco Prismatama yang memiliki visi “menjadi jaringan ritel yang unggul” serta motto “mudah dan hemat”. Pada mulanya Indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan pengoperasian jaringan ritel dalam skala besar, manajemen berkomitmen untuk menjadikan indomaret sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai aset nasional, indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor dibidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat

⁷² <https://indomaret.co.id> (diakses pada 20 Juli 2018, 19.24 WIB).

positif, terbukti dengan peningkatan jumlah indomaret dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba juga perusahaan juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada indomaret selaku “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”.⁷³

b. Sejarah Berdirinya Indomaret Mangli

Indomaret Mangli merupakan salah satu cabang bisnis waralaba milik Salim Group yang pusatnya ada di Jakarta Indonesia, Indomaret Mangli berada jl. Otto Iskandar Dinata sebelah Lapangan Mangli didirikan pada tahun 2014.

Sebelum Indomaret Mangli sah di buka, ada beberapa *team* yang membantu berdirinya Indomaret Mangli sebagai berikut:

1) Team location tugasnya adalah

- a. Menghubungi pemilik tanah untuk dikontrak
- b. Menghubungi RT dan RW setempat untuk mendirikan usaha
- c. Membuat izin proposal dari tingkat desa, kecamatan, polsek dan kabupaten
- d. Mendata *average* KK, tolak ukur dari toko depan, belakang, samping toko.
- e. Evaluasi

2) Team Project

- a. Membuat *layout* bangunan sesuai karakter lokasi toko
- b. Mendata semua sarana dan prasarana toko seperti: lampu, *neon box*, *ouning*, keramik dan lain lain

⁷³ <https://indomaret.co.id> (diakses pada 20 Juli 2018, 19.24 WIB).

- c. Membuat akses jalan menuju toko mudah dijangkau contoh:
adanya sewa teras, lahan parkirnya luas

3) *Team DC (Delivery Center)*

- a. Memastikan barang dagangan sudah terkirim ke toko sesuai kebutuhan
- b. Sarana dan prasarana DC sudah ada di toko

4) *Team opening*

- a. Memastikan *layout* rak sudah *update*
- b. Memastikan planogram sudah sesuai

5) *Team development*

- a. Memastikan sarana promosi berjalan
- b. Memastikan pop, *banner* dan lain-lain sudah sampai di toko

Dari *team* diatas hasil akhir di evaluasi, jika sudah selesai maka toko Indomaret Mangli akan dibuka, begitulah alur proses sejarahnya, sampai sekarang perkembangan Indomaret Mangli sangat baik.⁷⁴

c. **Visi dan Budaya Indomaret**

Dalam proses pendirian dan pengembangannya, indomaret menetapkan hal-hal sebagai berikut:

1) Visi

Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

2) Motto

Mudah dan hemat

⁷⁴ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Jenggawah, (pada 20 Juli 2018 12:34).

3) Budaya

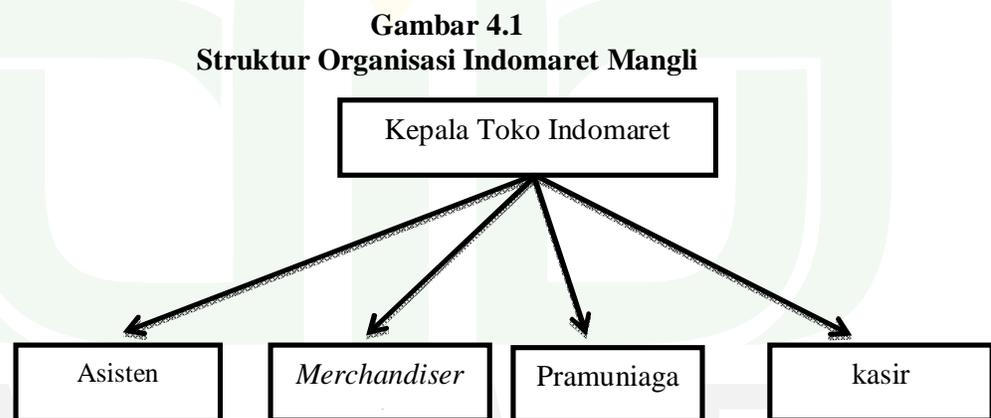
Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen.

4) Esensi

Pendekatan dengan senyuman yang tulus untuk membangun hidup yang lebih baik.⁷⁵

d. Struktur Organisasi Indomaret Mangli

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Adapun struktur organisasi Indomaret Mangli sebagai berikut⁷⁶:



Sumber: Dokumentasi Struktur Indomaret Mangli

e. Job Description struktur organisasi Indomaret Mangli

1) Kepala toko

- a) Membuat *shift* personil

⁷⁵ <https://indomaret.co.id> (diakses pada 17 Juli 2018, 19.24 WIB).

⁷⁶ Hari Prasetyo, *Wawancara*, Mangli, 17 Juli 2018, 10.00 WIB).

- b) Membuat jadwal libur
- c) Mengatur cuti personil
- d) Menjaga target penjualan toko
- e) Meminimalisir NKL (nota kurang lebih) toko⁷⁷

2) Asisten kepala toko

- a) Pengganti rapat kepala toko jika orangnya tidak bisa hadir
- b) Penanggung jawab brangkas toko

3) *Merchandiser*

- a) Bukti pemrosesan barang kiriman *delivery center*
- b) Bukti pemrosesan barang kiriman langsung
(*supplier*)

- c) Barang rusak toko
- d) Mengecek standarisasi promosi nasional sesuai planogram (*listing* barang sesuai urutan)⁷⁸

4) Pramuniaga

- a) Menjaga kebersihan toko (teras, halaman, kamar mandi, ruang utama, gudang)
- b) Kelengkapan alat promosi
- c) Menukarkan uang recehan untuk kembalian kasir
- d) Kebersihan rak-rak produk yang ada didalam
- e) Membantu kasir saat pembeli banyak
- f) Menjaga barang

⁷⁷ Hari Prasetyo, *Wawancara*, Mangli, (pada 17 Juli 2018, 10:00 WIB).

⁷⁸ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Jenggawah, (pada 20 Juli 2018 12:34 WIB).

- g) Melayani pembeli
- h) Mengecek produk *expired* atau kadaluarsa

5) Kasir

- a) Menawarkan promosi yang berlangsung kepada pembeli (wajib)
- b) Menjaga kebersihan area kasir
- c) Meneliti uang untuk mencegah uang palsu masuk
- d) Bertanggung jawab atas selisih uang
- e) Harus ramah kepada pembeli⁷⁹.

g. Data Karyawan Indomaret Mangli

Tabel 4.1
Data Karyawan Indomaret Mangli

| No | Nama | Jabatan |
|----|---------------------------|---------------------|
| 1 | Hari Prasetyo | Kepala Toko |
| 2 | Muhammad Samsul Arifin | Asisten Kepala Toko |
| 3 | Dewi Suci An | <i>Merchandiser</i> |
| 4 | Sapta Nanda Maulana Ishaq | Pramuniaga 1 |
| 5 | Damas Dwi P. A | Pramuniaga 2 |
| 6 | Qq Wulan Mei Arianty | Kasir |

Sumber: Dokumentasi Karyawan Indomaret Mangli, (diolah)

h. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan hal pendukung berjalannya proses kegiatan penjualan, sebab keberadaan dan kelengkapan sarana dan

⁷⁹ Hari Prasetyo, *Wawancara*, Mangli, (pada 17 Juli 2018, 10:00 WIB).

prasarana juga menjadi salah satu faktor penentu berhasil tidaknya suatu proses kegiatan. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Indomaret Mangli dapat dilihat dari tabel berikut⁸⁰:

Tabel 4.2
Sarana dan Prasarana Indomaret Mangli

| No | Nama | Unit |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1 | Komputer | 2 |
| 2 | Meja Kasir | 1 |
| 3 | Rak: Rak Singgel Rak Doublet Rak Sewa Atau Gondola | 1 1 1 |
| 4 | Cooler (Alat Pendingin): <i>Coler Coca Cola</i> <i>Coler Perishable</i> <i>Coler Beverage</i> | 1 1 2 |
| 5 | Alat Pemadam Kebakaran | 1 |
| 6 | Krant Umum | 1 |
| 7 | Toilet | 1 |
| 8 | Genset | 1 |
| 9 | Lampu: Lampu Neon Box Lampu Selendang Lampu Gudang Lampu Teras Lampu Toko | 1 6 4 7 26 |
| 10 | Rak Lpg | 1 |
| 11 | Keranjang Belanja | 30 |
| 12 | Termometer | 1 |
| 13 | Cctv: Teras Halaman Area Penjualan Area Toko Gudang | 1 2 4 1 |
| 14 | Freezer: <i>Freezer Walls</i> <i>Freezer Campina</i> <i>Freezer So Good</i> | 1 1 1 |

Sumber: Dokumentasi Data Sarana dan Prasarana Indomaret Mangli, (diolah)

⁸⁰ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Jenggawah, (pada 20 Juli 2018 12:34 WIB).

i. Letak Geografis Indomaret Mangli

Indomaret ini terletak di Jln. Otto Iskandar Dinata, No. 89 Desa Karang Mluwo Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Jawa Timur Kode Pos: 68131. Terletak di pinggir jalan kota, sebelah timur lapangan mangli, sebelah selatan Pasar Babebo Mangli.

Bagi pengguna jasa angkutan umum untuk dapat sampai ke lokasi tersebut, bisa menggunakan bus umum arah jalan menuju Surabaya-Jember atau bus arah jalan Banyuwangi-Jember, turun di lapangan Mangli, bisa juga dengan jalan kaki jika kemungkinan jarak yang ditempuh dekat dengan Indomaret Mangli, karena letak indomaret ini sangat strategis dan mudah di temukan.

Dengan adanya tempat yang strategis ini akan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan yang mendesak jika dalam perjalanan jauh.

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah melakukan proses penelitian dan memperoleh data dilapangan dengan berbagai teknik pengumpulan data yang digunakan, mulai dari data yang umum hingga data yang spesifik. Selanjutnya data-data tersebut akan dianalisis secara tajam dan kritis sehingga dengan harapan dapat memperoleh data yang akurat. Secara berurutan akan disajikan data yang mengacu pada fokus penelitian. Data yang akan digali adalah Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Mangli).

Sesuai fokus penelitian diawal, maka data-data yang telah diperoleh dari lapangan yang akan disajikan sebagai berikut:

1. Proses *layout* di Indomaret Mangli

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Toko pertama dibuka di Ancol Jakarta Utara pada tahun 1988, dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis waralaba.

Indomaret Mangli ini merupakan salah satu cabang bisnis waralaba milik Salim Group yang pusatnya ada di Jakarta, Indomaret Mangli memiliki *layout* yang berbentuk lorong-lorong, sehingga mempermudah pelanggan dalam memilih barang, menjangkau barang, seperti yang dikemukakan oleh Hari Prasetyo sebagai kepala toko Indomaret Mangli yaitu:

Indomaret sudah ada *layout*nya sendiri, setiap toko memang sudah ada *layout*nya sendiri tergantung tipe tokonya kalau tipe tokonya ada di perkampungan, *layout* yang mepet di area kasir itu diutamakan seperti minyak, beras, sembako, cuman kalau di jalur *traffic* (lalu lintas) itu mengutamakan seperti *snack*, minuman dan lain-lain.⁸¹

Selain itu, Sapta Nanda selaku pramuniaga berpendapat tentang *layout* bahwa:

Layout didalam toko berlajur-lajur seperti itu dan membentuk lorong, setiap lorong diletakkan barang-barang khusus dan barang diurut sesuai warna.⁸²

⁸¹ Hari prasetyo, *Wawancara*, Jember, (pada 17 Juli 2018, 10:00 WIB).

⁸² Sapta Nanda, *Wawancara*, Jember, (pada 18 Juli 2018, 10:00 WIB).

Beberapa pendapat diatas dikuatkan oleh Dewi Suci An sebagai *merchandiser*:

Layout di indomaret berbentuk lorong dan penataan barang dilakukan dengan mengelompokkan produk dan jenisnya, tetapi tetap memperhatikan keindahan, keindahan itu juga penting, kemudahan bagi pelanggan juga pemajangan yang saling berkaitan antara satu barang dengan barang lain, seperti nutrilon, rak dibawahnya *bebelac*, sabun bersebelahan dengan sampo dan vitamin rambut.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara Indomaret Mangli menggunakan strategi *layout* yang membentuk lorong-lorong dan penempatan produk yang saling berkaitan. Hal ini sesuai dengan hasil observasi di Indomaret yang menunjukkan bahwa *layout* rak tertata sedemikian rapi. Tidak hanya dengan *layout* rak, Indomaret juga menempatkan kursi santai di depan toko dapat dilihat dari hasil wawancara kepada Qq Wulan Mei Arianty sebagai kasir menjelaskan bahwa *layout* di indomaret menempatkan kursi santai di depan toko:

Tata letak di indomaret menempatkan kursi dan meja di depan toko, biar ada tempat bersantai didepan toko.⁸⁴

Pendapat diatas di pungkas oleh Ahmad Jaelani yang pernah bekerja di Indomaret Mangli:

Layout itu prosesnya disesuaikan dengan kondisi bangunan toko, karena tiap toko bangunannya tidak sama, ada yang tingkat ada juga yang tidak, untuk penataan barangnya semuanya sama.⁸⁵

Berdasarkan pendapat beberapa karyawan Indomaret diatas, dapat di pahami bahwa *layout* membentuk *grid* pola lurus, yaitu membentuk lorong-lorong dan *layout* demikian dibuat menyesuaikan dengan

⁸³ Dewi Suci An, *Wawancara*, Jember, (pada 18 Juli 2018, 11:00 WIB).

⁸⁴ Qq Wulan Mei Arianty, *Wawancara*, Jember, (pada 28 Juli 2018, 09:15 WIB).

⁸⁵ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Jenggawah, (pada 20 Juli 2018 12:34 WIB).

bangunan, selain itu penataan ruangan dan menyediakan tempat bersantai di depan toko.

2. Pemilihan produk yang dipajang di Indomaret Mangli

Produk yang di pajang di indomaret bermacam-macam, banyak dan juga bervariasi, produk yang demikian karena adanya kerjasama antara pemasok dengan indomaret seperti yang di ungkapkan oleh Hari Prasetyo sebagai kepala toko Indomaret Mangli yaitu:

Pemilihan produk itu mengenai pemasok, kalau mau jadi pemasok ada seleksinya produk makanan atau non makanan, kemasannya harus rapi, higienis dan *modern*.⁸⁶

Selain itu Qq Wulan Mei Arianty juga mengatakan yang demikian mengenai pemilihan produk yang dipajang:

Pemilihan produk yang di pajang banyak, bermacam-macam bisa dilihat sendiri, semuanya di pajang banyaknya karena adanya kerja sama dengan pemasok, karena ada seleksi untuk pemasok dalam pemilihan produk ke indomaret, jenisnya makanan: kemasannya harus rapi, bersih dan modern kalau non makanan: harus sesuai segmen pemasaran indomaret.⁸⁷

Menurut Sapta Nanda tentang pemilihan produk yang di pajang:

Pemilihan produk yang dipajang disini banyak, semuanya di pajang, bertahap jadi, kegiatannya setiap hari kita mengisi bagian yang sudah terjual. Menata lagi produk yang dipajang jika sudah berantakan, biasanya juga setiap minggu ada perubahan pajangan.⁸⁸

Menurut M Samsul Arifin sebagai asisten kepala toko Indomaret Mangli:

Pemilihan produk yang di pajang di indomaret berkualitas dan tentunya sesuai kebutuhan pelanggan yang sring dicari ini susu,

⁸⁶ Hari prasetyo, *Wawancara*, Jember, (pada 17 Juli 2018, 10:00 WIB).

⁸⁷ Qq Wulan Mei Arianty, *Wawancara*, Jember, (pada 28 Juli 2018, 09:15 WIB).

⁸⁸ Sapta Nanda, *Wawancara*, Jember, (pada 18 Juli 2018, 10:00 WIB).

camilan, air mineral, pampers dan lain-lain semuanya lengkap. Memilih produk sesuai dengan segmen indomaret, kemasannya rapi, bersih dan modern, pemilihan produk disini sangat banyak, jumlahnya sekitar kurang lebih 4500 produk.⁸⁹

Ditambah oleh pendapat Ahmad Jaelani mengenai pemilihan produk:

Pemilihan produk di indomaret bermacam” barangnya, semua itu karena indomaret bekerja sama dengan semua PT yang sudah ada izinnya, dengan begitu barang yang ada di indomaret bermacam-macam contohnya: sgm, pampers, wing, minyak, mie instan dan lain sebagainya.⁹⁰

Berdasarkan paparan data diatas dapat diketahui bahwa pemilihan produk yang di pajang bermacam-macam dan bervariasi mulai dari *food non food* dan *fresh*.

1. Analisis

a. Proses *layout* di Indomaret Mangli

layout yang digunakan di Indomaret sesuai dengan salah satu dari 5 ide yang ada dalam buku Haming dan Mahfud dalam bukunya yang berjudul Manajemen Produksi *Modern* yaitu “Tempatkan barang-barang yang paling sering dibeli konsumen di sekitar akses ke luar toko atau di depan kasir”. Dari teori ini dapat dilihat bahwa ide ini juga digunakan oleh Indomaret Mangli sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti, sekitar akses ke luar toko atau di depan kasir diletakkan, air mineral, teh, minyak, beras dan lain lain. Hal ini bertujuan ketika konsumen berbelanja di indomaret barang yang pertama dilihat adalah barang yang mudah dibutuhkan oleh konsumen,

⁸⁹ M Samsul Arifin, *Wawancara*, Jember, (pada 29 Juli 2018, 10:00 WIB).

⁹⁰ Ahmad Jaelani, *Wawancara*, Jenggawah, (pada 20 Juli 2018 12:34 WIB).

hal ini juga dapat menghemat waktu belanja konsumen. *Layout* (tata letak) menurut Hari Prasetyo di Indomaret Mangli menyesuaikan dengan bangunan atau gedung yang didirikan, hal ini untuk menunjang efisiensi sebuah perusahaan.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Jay Heyzer dan Barry Render dalam bukunya yang berjudul *operation manajement* manajemen operasi. *layout* tata letak merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang.⁹¹

Selain itu, Dewi Suci An selaku *Merchandiser* berpendapat tentang *layout* bahwa:

Layout didalam toko berlajur-lajur seperti itu dan membentuk lorong, setiap lorong diletakkan barang-barang khusus dan sesuai warna.

Dapat dilihat bahwa Indomaret Mangli menggunakan jenis *layout* ritel pola lurus (*grid*) karena bentuknya yang berlajur-lajur dan membentuk lorong. jenis *layout grid* ini menguntungkan atau efisien, lebih banyak menampung barang yang dipamerkan, mempermudah konsumen untuk berhemat waktu berbelanja, dan kontrol lebih mudah. Seperti dalam teori Triyono sebagai berikut:

Layout pola lurus (*grid*) yaitu pola lurus menguntungkan atau efisien, lebih banyak menampung barang yang dipamerkan, mempermudah konsumen untuk berhemat waktu berbelanja, dan

⁹¹ Jay Heizer dan Barry Render *Operations Manajement* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 450.

kontrol lebih mudah. Lebih baik untuk diterapkan dalam suatu kenyamanan toko. Pada pola *grid* ini, tata letak toko yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*.⁹²

Meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group* adalah Mengatur menurut kelompok barang atau menurut kelompok yang berhubungan. Dengan demikian, diharapkan lokasi dapat mengarahkan pembeli untuk membeli semua barang. Untuk itu, tata letak pengelompokan barang adalah menonjolkan produk-produk sedemikian rupa sehingga bisa berfungsi mengingatkan pembeli akan kebutuhannya.

Pada pola *grid* ini, tata letak toko indomaret yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*. Dengan pola ini diharapkan barang atau produk bisa dipajang lebih banyak, tetapi cukup untuk memberikan keleluasaan bagi konsumen yang hilir mudik. Pola lurus menguntungkan dalam hal kesan efisien, mempermudah konsumen untuk menghemat waktu belanja, lebih banyak menampung barang dan kontrol lebih mudah dan juga *layout* tata letak produknya unik, yaitu menyesuaikan perpaduan warna, bentuk kemasan, kegunaan barang, yang pada akhirnya bermuara pada suasana belanja yang menyenangkan.

⁹² Triyoni Sigit *Sukses Terpadu Bisnis Ritel* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo: 2006), 176.

Dengan memperhatikan *layout* yang baik, maka secara tidak langsung konsumen merasa nyaman ketika berada di dalam toko. Pengelompokan produk ini dikatakan oleh Ahmad Jaelani yang pernah bekerja di Indomaret Mangli dengan jabatan sebagai kepala toko Indomaret Mangli, mengatakan:

Proses *layout* tata letak di indomaret dilakukan dengan mengelompokkan produk dan jenisnya, tetapi tetap memperhatikan keindahan, keindahan itu juga penting, kemudahan bagi pelanggan karena hal terpenting di indomaret adalah pemajangan yang saling berkaitan antara satu barang dengan barang lain, seperti *nutrilon*, rak dibawahnya *bebelac*, sabun bersebelahan dengan sampo dan vitamin rambut.

Dalam buku Haming dan Mahfud yang berjudul manajemen operasi ada beberapa yang harus dipertimbangkan dalam (*layout*) ini Pertama, Kondisi yang berkenaan dengan lingkungan, yaitu karakteristik seperti pencahayaan, suara, bau dan suhu.⁹³

Dalam observasi yang peneliti amati Indomaret Mangli ini menggunakan pencahayaan yang tidak mencolok mata dengan menggunakan lampu neon bukan lampu yang merusak mata, dan suara di indomaret berkaitan dengan promo yang berlangsung yang diperdengarkan kepada konsumen, suara ini berasal dari video, audio atau *compact disk* yang mereka perengarkan kepada konsumen, dengan tujuan untuk memberi tahukan produk yang sedang promo. Selanjutnya setelah pencahayaan lampu yang ada di Indomaret Mangli, yaitu penempatan barang, penempatan barangpun dilihat dari warna

⁹³ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 460.

yang akan ditempatkan. Penempatan barang yang mempunyai warna cerah ditempatkan di rak atas sedangkan barang yang mempunyai warna gelap ditempatkan di bawah hal ini berfungsi untuk menjaga penglihatan konsumen dan hal ini juga memberikan kesan indah dan rapi. Di dalam ruangan indomaret ini menggunakan pewangi ruangan, pewangi ini untuk menghindarkan bau tak sedap, selain itu juga menggunakan AC untuk memberikan kesejukan kepada konsumen dan juga kesan nyaman berada di dalam indomaret.

Kedua, tata letak yang luas dan mempunyai fungsi, meliputi rencana pola sirkulasi pelanggan, karakteristik lorong (seperti lebar, arah, sudut, dan jarak antar rak), serta pengelompokan produk.⁹⁴

Dalam menata barang yang dijual di indomaret ini, rak di Indomaret Mangli ini membentuk lorong-lorong untuk memudahkan konsumen berbelanja, hal ini dilakukan untuk memudahkan seseorang untuk berbelanja di Indomaret Mangli, hal ini seperti yang di amati oleh peneliti kepada konsumen dan turun langsung ke lapangan, dengan lorong yang luas, membuat konsumen leluasa untuk melakukan kegiatan berbelanja, mereka mempunyai sensasi tersendiri ketika mengitari lorong-lorong yang disediakan, dan di sepanjang sisi lorong tidak ada jarak antara rak, semuanya berdempetan, hal ini juga berfungsi agar tempat maksimal dan juga agar konsumen berjalan ke

⁹⁴ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa.*, 460.

ujung lorong untuk berpindah ke lorong yang lain, mau tidak mau harus melewati semua produk.

Indomaret Mangli biasanya juga melakukan perubahan tempat atau penempatan barang yang berkaitan dengan barang yang sedang promosi, barang yang sedang promosi ini berada di dekat pembayaran.

Indomaret Mangli juga menempatkan meja dan kursi di teras depan toko ini bertujuan untuk memberikan tempat kepada konsumen untuk tempat bersantai, menunggu bus dan juga menikmati hidangan cepat saji.

Ketiga, berkaitan dengan tanda-tanda, simbol, dan artefak yang merupakan karakteristik desain.⁹⁵

Untuk mempermudah konsumen, indomaret juga mencantumkan petunjuk harga atau label harga dan menempatkan label tersebut di bawah produk di paling depan dan juga menempatkan tulisan pada papan yang ditempel diatas atau pada rak yang sedang promosi hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen atau pelanggan dalam melihat produk yang yang sedang berlangsung promosi.

b. Pemilihan produk yang dipajang di Indomaret Mangli

Produk yang di pajang di indomaret bermacam-macam, banyak dan juga bervariasi, produk yang demikian karena adanya kerjasama antara pemasok dengan indomaret.

⁹⁵ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa.*, 460.

Pemilihan atau seleksi produk dagangan yang dilakukan indomaret yaitu: jenis produk makanan atau non makanan, sesuai target *market* atau segmen indomaret, kemasannya rapi higienis dan *modern*.⁹⁶ Hal ini karena adanya kerja sama antara pemasok dengan indomaret, yaitu harus memenuhi syarat-syarat untuk menjadi pemasok.

Produk yang dipajang di indomaret sangat banyak dan bermacam-macam jenisnya seperti yang diungkapkan Qq Wulan Mei Arianty:

Pemilihan produk yang di pajang banyak, bermacam-macam bisa dilihat sendiri, semuanya di pajang, banyak karena adanya kerja sama dengan pemasok, karena ada seleksi untuk pemasok dalam pemilihan produk ke indomaret, jenisnya makanan: kemasannya harus rapi, bersih dan modern kalau non makanan: harus sesuai segmen pemasaran indomaret.

Produk yang di pajang sangat banyak dan bermacam-macam mulai dari produk makanan misalnya: susu, camilan, air mineral, permen, kopi, dan lain lain. Non makanan seperti produk kecantikan, *tissue*, *pampers*, minyak, beras dan lain-lain. Seperti yang telah di amati oleh peneliti, produk yang di pajang kemasannya rapi, higienis dan *modern*. Sependapat dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Sapta bahwa produk yang pajang sangat banyak dan juga suatu saat ada perubahan pemajangan produk yang di jual. Menurut Sapta Nanda tentang pemilihan produk yang di pajang:

⁹⁶ <https://www.indomaret.co.id>.

Pemilihan produk yang dipajang disini banyak, semuanya di pajang, bertahap jadi, kegiatannya setiap hari kita mengisi bagian yang sudah terjual. Menata lagi produk yang dipajang jika sudah berantakan, biasanya juga setiap minggu ada perubahan pajangan.

Pemilihan produk yang di pajang sangat banyak seperti yang terlihat pada seluruh pemajangan produk di rak Indomaret Mangli, semua produknya di pajang

Menurut Damas Dwi sebagai pramuniaga:

Pemilihan produk yang di pajang di indomaret berkualitas dan tentunya sesuai kebutuhan pelanggan yang sering dicari ini susu, camilan, air mineral, pampers dan lain-lain semuanya lengkap. Memilih produk sesuai dengan segmen indomaret, kemasannya rapi, bersih dan modern, pemilihan produk disini sangat banyak, jumlahnya sekitar kurang lebih 4500 produk.

Ditambah oleh pendapat Ahmad Jaelani mengenai pemilihan produk:

Pemilihan produk di indomaret bermacam” barangnya, semua itu karena indomaret bekerja sama dengan semua PT yang sudah ada izinnya, dengan begitu barang yang ada di indomaret bermacam-macam contohnya: sgm, pampers, wing, minyak, mie instan dan lain sebagainya.

Pemilihan produk itu mengenai pemasok, kalau mau jadi pemasok ada seleksinya, seleksinya kalau produk makanan atau non makanan, kemasannya harus rapi, higienis dan *modern*.

Selain itu Qq Wulan Mei Arianty juga mengatakan yang demikian mengenai pemilihan produk yang dipajang:

Pemilihan produk yang di pajang itu banyak, semua produknya di pajang, produk agar masuk ke indomaret itu ada seleksinya juga mbak yang pertama, produknya makanan atau non makanan kedua, sesuai target *market*, rapi dan higienis mbak.

Pemilihan produk di indomaret sangat banyak jika ditentukan jumlahnya dan juga macam-macamnya seperti yang di katakan oleh Sapta Nanda tentang pemilihan produk yang di pajang:

Memilih produk sesuai dengan segmen indomaret, kemasannya rapi, bersih dan modern, pemilihan produk disini sangat banyak, jumlahnya sekitar kurang lebih 4500 produk.

Sesuai observasi yang dilakukan peneliti, barang-barang yang dipajang di Indomaret Mangli sangat banyak dan bermacam-macam, juga lengkap mulai dari makanan, kosmetik, perlengkapan bayi, peralatan mandi dan lain-lain.

Menurut Damas Dwi sebagai pramuniaga:

Pemilihan produk yang di pajang untuk indomaret berkualitas dan tentunya sesuai kebutuhan pelanggan misalnya susu, camilan, air mineral dan lain lain.

Seperti yang dikatakan oleh Ahmad Jaelani pilihan produk yang di pajang di indomaret bermacam-macam dan sesuai informasi yang diterangkan oleh Sapta Nanda bahwa jumlah produk yang ada di indomaret sangat banyak kurang lebih sekitar 4500 produk *food*, *nonfood* dan *fresh*. Karena adanya kerja sama antara indomaret dengan PT yang sudah ada izinnya, kerja sama ini juga ada syarat produk dagangan untuk pemasok produk ke jaringan indomaret hal ini ditulis di website resmi indomaret, syaratnya yaitu:

- a) Kualitas dan harga kompetitif
- b) Keamanan bagi konsumen meliputi:
 - tertera produsen dan distributor

- ukuran (gram atau ml)
- registrasi dari departemen kesehatan atau terkait
- tanggal kadaluarsa
- halal (makanan)
- *barcode*.

Selama peneliti melihat produk yang pajang di Indomaret Mangli, peneliti melihat bervariasi dan banyak produk yang dipajang juga sesuai dengan syarat diatas contohnya pada produk minyak goreng sania, dalam produk ini selain harga yang kompetitif dengan harga 22.900 tertera juga produsen, ukuran gram dan ber BPOM juga tertera tanggal kadaluarsa di bagian belakang produk dan tentunya ber label halal dari LP-POM MUI dan barcode terletak di sisi kanan bawah bersama informasi nilai gizi dan petunjuk penyimpanan.

Dari penelitian yang dilakukan bahwa pemilihan produk yang dipajang di indomaret ini sesuai dengan syarat pemasok produk dagangan ke jaringan indomaret dan tentunya aman di konsumsi dan juga banyak produk yang tersedia, adanya kerja sama yang dilakukan antara pihak pemasok dengan indomaret didalam syarat sebagai pemasok yaitu:

1. Melengkapi atau mengisi formulir aplikasi produk dan pemasok
2. Berkomitmen atas:

- pemenuhan jadwal order
 - jadwal pengiriman
 - sistem pembayaran
3. membuat usulan kerja sama promosi
 4. bersedia melakukan evaluasi penjualan

C. Pembahasan Temuan

Ciri dari penelitian kualitatif adalah temuan. Pada pembahasan ini menguraikan temuan yang ada dilapangan (lokasi penelitian), Berdasarkan paparan data yang telah disajikan dan dilakukan analisis, maka dilakukan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dari wawancara dengan teori yang ada serta relevan dengan penelitian ini. Pembahasan penelitian disesuaikan dengan fokus penelitian yang terdapat pada fokus penelitian. Beberapa temuan yang telah ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

IAIN JEMBER

1. Proses *layout* di Indomaret Mangli

hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa proses *layout* (tata letak) di indomaret adalah sesuai *layout* yang sudah ada. perincian tata letak sebagai berikut:

1. Pintu
2. Kasir
Di meja kasir ada:
 - a. Kartu pelanggan *idm card*
 - b. *I voucer elektronik*
 - c. *Home brand margin tinggi*
 - d. Produk *one the week*
 - e. Promosi yang sedang berlangsung
 - f. Sewa yang ada izinnnya
3. Papan pemberitahuan tentang *price discount*
4. Permen, coklat, baterai
5. Rokok
6. Rak obat-obatan
7. Pintu gudang
8. Kebutuhan bayi (pampers dan tisu)
9. Kosmetik dan perawatan tubuh (*handbody, sabun, detergent dan shampoo*)
10. Susu (produk susu bubuk, kotak dan kaleng)
11. Minuman dingin (berbagai rasa dengan kemasan kotak)
12. Minuman dingin
13. Rak *snack*
14. Rak biskuit dan roti
15. Rak kebutuhan dapur (berbagai bumbu masak)
16. Tempat air mineral

Kemudian di samping kiri pintu masuk

17. Eskrim
18. *Walls*
19. Campina
20. *Nugget*
21. Anjungan isi ulang pulsa listrik
22. Pemajangan *snack*, minuman, beras, minyak, gula

Layout di Indomaret Mangli, juga dikaitkan dengan teori Triyono dalam bukunya mengenai *layout* dengan pola *grid* yaitu:

Layout pola lurus (*grid*) yaitu pola lurus menguntungkan atau efisien, lebih banyak menampung barang yang dipamerkan, mempermudah konsumen untuk berhemat waktu berbelanja, dan kontrol lebih mudah. Lebih baik untuk diterapkan dalam suatu kenyamanan toko. Pada pola *grid* ini, tata letak toko yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*.⁹⁷

Berdasarkan teori tersebut, proses *layout* tata letak toko yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*. Dengan pola ini barang atau produk bisa dipajang lebih banyak, tetapi cukup untuk memberikan keleluasaan bagi konsumen yang hilir mudik. Dapat dilihat dari alur diatas, produk yang di pajang bermacam-macam. pada pola ini ialah barang-barang mana saja yang harus ditampilkan dilorong. Pola lurus menguntungkan dalam hal kesan efisien, mempermudah konsumen untuk menghemat waktu belanja.

⁹⁷ Triyoni Sigit *Sukses Terpadu Bisnis Ritel* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo: 2006), 176.

Sedangkan tentang proses *layout* tata letak barang yang ada di Indomaret Mangli dikaitkan dengan teori Sopiah mengenai letak barang yang baik sebaiknya memperhatikan beberapa hal:

3. Sedapat mungkin berdiri, setidaknya ada satu yang berdiri sehingga bisa menampilkan barang secara utuh. Merek menghadap ke depan.
4. Jika tidak mungkin diletakkan berdiri, barang diletakkan berbaring dengan tulisan atau merek huruf pertama di bawah sehingga mudah dibaca.
5. Peletakan barang mempertimbangkan ketinggian maksimal pada rak, yaitu sekitar 110-160 cm agar aman dan mudah diambil.

Dalam buku Haming dan Mahfud yang berjudul manajemen operasi ada beberapa yang harus dipertimbangkan dalam (*layout*) ini Pertama, Kondisi yang berkenaan dengan lingkungan, yaitu karakteristik seperti pencahayaan, suara, bau dan suhu.⁹⁸

Dalam observasi yang peneliti amati Indomaret Mangli ini menggunakan pencahayaan yang tidak mencolok mata dengan menggunakan lampu neon bukan lampu yang merusak mata, dan suara di indomaret berkaitan dengan promo yang berlangsung yang diperdengarkan kepada konsumen, suara ini berasal dari video, audio atau *compact disk* yang mereka perengarkan kepada konsumen, dengan tujuan untuk memberi tahukan produk yang sedang promo. Selanjutnya setelah pencahayaan lampu yang ada di Indomaret Mangli, yaitu penempatan

⁹⁸ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 460.

barang, penempatan barangpun dilihat dari warna yang akan ditempatkan. Penempatan barang yang mempunyai warna cerah ditempatkan di rak atas sedangkan barang yang mempunyai warna gelap ditempatkan di bawah hal ini berfungsi untuk menjaga penglihatan konsumen dan hal ini juga memberikan kesan indah dan rapi. Di dalam ruangan Indomaret Mangli menggunakan pewangi ruangan, pewangi ini untuk menghindarkan bau tak sedap, selain itu juga menggunakan AC untuk memberikan kesejukan kepada konsumen dan juga kesan nyaman berada di dalam indomaret.

Kedua, tata letak yang luas dan mempunyai fungsi, meliputi rencana pola sirkulasi pelanggan, karakteristik lorong (seperti lebar, arah, sudut, dan jarak antar rak), serta pengelompokan produk.⁹⁹

Dalam menata barang yang dijual di indomaret ini, rak di Indomaret Mangli ini membentuk lorong-lorong untuk memudahkan konsumen berbelanja, hal ini dilakukan untuk memudahkan seseorang untuk berbelanja di Indomaret Mangli, hal ini seperti yang di amati oleh peneliti kepada konsumen dan turun langsung ke lapangan, dengan lorong yang luas, membuat konsumen leluasa untuk melakukan kegiatan berbelanja, mereka mempunyai sensasi tersendiri ketika mengitari lorong-lorong yang disediakan, dan di sepanjang sisi lorong tidak ada jarak antara rak, semuanya berdempetan, hal ini juga berfungsi agar tempat maksimal dan juga agar konsumen berjalan ke ujung lorong untuk berpindah ke lorong yang lain, mau tidak mau harus melewati semua produk.

⁹⁹ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa.*, 460.

Indomaret Mangli biasanya juga melakukan perubahan tempat atau penempatan barang yang berkaitan dengan barang yang sedang promosi, barang yang sedang promosi ini berada di dekat pembayaran.

Indomaret Mangli juga menempatkan meja dan kursi di teras depan toko ini bertujuan untuk memberikan tempat kepada konsumen untuk tempat bersantai, menunggu bus dan juga menikmati hidangan cepat saji.

Ketiga, berkaitan dengan tanda-tanda, simbol, dan artefak yang merupakan karakteristik desain.¹⁰⁰

Untuk mempermudah konsumen, indomaret juga mencantumkan petunjuk harga atau label harga dan menempatkan label tersebut di bawah produk di paling depan dan juga menempatkan tulisan pada papan yang ditempel diatas atau pada rak yang sedang promosi hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen atau pelanggan dalam melihat produk yang sedang berlangsung promosi.

Layout di Indomaret Mangli, juga dikaitkan dengan teori Triyono dalam bukunya mengenai *layout* dengan pola *grid* yaitu:

Layout pola lurus (*grid*) yaitu pola lurus menguntungkan atau efisien, lebih banyak menampung barang yang dipamerkan, mempermudah konsumen untuk berhemat waktu berbelanja, dan kontrol lebih mudah. Lebih baik untuk diterapkan dalam suatu kenyamanan toko. Pada pola *grid* ini, tata letak toko yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*.¹⁰¹

¹⁰⁰ Murdifi Haming dan Mahfud Nurnajamudin *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa.*, 460.

¹⁰¹ Triyoni Sigit *Sukses Terpadu Bisnis Ritel* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo: 2006), 176.

Berdasarkan teori tersebut, proses *layout* tata letak toko yang dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*. Dengan pola ini barang atau produk bisa dipajang lebih banyak, tetapi cukup untuk memberikan keleluasaan bagi konsumen yang hilir mudik. Dapat dilihat dari alur diatas, produk yang di pajang bermacam-macam. pada pola ini ialah barang-barang mana saja yang harus ditampilkan dilorong. Pola lurus menguntungkan dalam hal kesan efisien, mempermudah konsumen untuk menghemat waktu belanja.

Sedangkan tentang proses *layout* tata letak barang yang ada di Indomaret Mangli dikaitkan dengan teori Sopiah mengenai letak barang yang baik sebaiknya memperhatikan beberapa hal:

1. Sedapat mungkin berdiri, setidaknya ada satu yang berdiri sehingga bisa menampilkan barang secara utuh. Merek menghadap ke depan.
2. Jika tidak mungkin diletakkan berdiri, barang diletakkan berbaring dengan tulisan atau merek huruf pertama di bawah sehingga mudah dibaca.
3. Peletakan barang mempertimbangkan ketinggian maksimal pada rak, yaitu sekitar 110-160 cm agar aman dan mudah diambil.
4. Pertimbangkan pula harga dan tingkat laku barang (cepat laku atau lambat laku). Letakkan barang yang benar-benar bernilai tinggi atau mahal di bagian *eye level* dan barang lambat laku di samping, atas, atau bawahnya.

5. Agar mudah diambil, barang diatur tidak terlalu rapat maupun bertumpuk berlebihan hingga susah diambil.¹⁰²

Berdasarkan teori tersebut, mengenai proses *layout* barang dimulai dari tata letak, cara meletakkan, solusi, pertimbangan *layout*, hal ini sudah sesuai dengan hasil temuan bahwa proses tata letak sesuai seperti yang ada dalam teori.

Setelah dianalisis, paparan data dari hasil temuan baik wawancara, observasi dan dokumentasi, yang di diskusikan dengan teori Murdifin dan Mahfud, Jay Heizer, Triyono dan Sopiah mengenai *layout* tersebut, beberapa hal menurut teori teori tersebut telah muncul dalam hasil penelitian, yaitu *layout* yang digunakan adalah pola *grid*, *layout* barang pengelompokan produk berdasarkan *group* dan *sub group*, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian telah sesuai dengan teori yang ada.

2. Pemilihan produk yang di pajang

Pemilihan barang-barang konsumtif bisa menarik pelanggan untuk tetap loyal kepada indomaret karena pemilihan barang di indomaret banyak dan bermacam-macam juga karena pemilihan produk di indomaret banyak dibutuhkan. Dalam teori ditinjau dari aspek durabilitas atau jangka waktu pemakaian, terdapat dua macam barang yaitu:

1. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam pemakaian

¹⁰² Sopiah dan Syihabuddin, *Manajemen Bisnis Ritel.*, 243.

normal kurang satu tahun. Contohnya adalah sabun, pasta gigi, *shampoo*, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam. Oleh karena barang jenis ini dikonsumsi dengan cepat (dalam waktu yang singkat) dan frekuensi pembeliannya sering terjadi, maka strategi yang paling tepat adalah menyediakannya di banyak lokasi, menerapkan *mark-up* harga yang kecil, dan mengiklankannya secara gencar untuk mendorong konsumen agar mencobanya dan sekaligus untuk membentuk preferensi produk.¹⁰³

Frekuensi pembelian yang sering di beli oleh konsumen saat berbelanja adalah produk yang berkaitan dengan makanan dan minuman atau kebutuhan dapur, menempatkan barang terbaik yang dipajang dan harga yang kompetitif. Indomaret juga mengiklankan produk-produknya di media *online* seperti *google*, *youtube*, *line*, *instagram* dan lain-lain hal ini untuk memberitahukan produk terbaru atau sedang berlangsung promosi dan akan ada promosi.

2. Barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang yang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian adalah satu tahun atau lebih).¹⁰⁴

Pemilihan produk yang dipajang di indomaret yang termasuk kategori *durable goods* seperti *hit spray*, *force magic*, *baygon*, *makeup* dan lain lain selain itu indomaret juga menyediakan i-kios, i-kios ini adalah tempat membayar pulsa, token listrik, pembelian tiket kereta

¹⁰³ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 177.

¹⁰⁴ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana., *Pemasaran Esensi & Aplikasi* ., 177.

juga bisa dilakukan di indomaret jika sewaktu-waktu membutuhkan pulsa atau token listrik dan menghemat waktu agar tidak terlalu jauh untuk membeli tiket, hal ini untuk mempermudah konsumen.

Berdasarkan teori tersebut, mengenai pemilihan produk yang di pajang, hal ini sudah sesuai dengan hasil temuan bahwa pemilihan produk yang di pajang sesuai seperti yang ada dalam teori.

Setelah dianalisis, paparan data dari hasil temuan baik wawancara, observasi dan dokumentasi, yang di diskusikan dengan Fandy Tjiptono dan Ahmad Jaelani teori tersebut, beberapa hal menurut teori tersebut telah muncul dalam hasil penelitian, yaitu jangka waktu pemakaian produk, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian telah sesuai dengan teori yang ada.

IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan penelitian dapat di kemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses *layout* Indomaret Mangli

Berdasarkan hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa proses *layout* tata letak toko Indomaret Mangli dibuat secara berlajur yang terdiri atas lorong-lorong untuk meletakkan barang atau produk yang berdasarkan *group* atau *sub group*. Dengan pola ini barang atau produk bisa dipajang lebih banyak, tetapi cukup untuk memberikan keleluasaan bagi konsumen yang hilir mudik. Penataan tata letak didasarkan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen ketika berbelanja. Selain daripada itu penempatan *layout* yang baik akan memberikan dampak dan meningkatkan daya saing.

2. Pemilihan produk yang dipajang

terdapat dua macam Pemilihan produk yang di pajang yaitu barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dan barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang yang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian.

B. Saran-saran

Prestasi yang gemilang telah ditunjukkan oleh perusahaan Indomarco Prisma atau Indomaret untuk menciptakan dan merealisasikan (*layout*) tata letak, tetapi perlu diperhatikan kembali elemen *layout* (tata letak) yang masih lemah atau kinerjanya masih dibawah harapan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan dimasa yang akan datang sebagai tempat berbelanja sehingga tidak hanya memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ampuh, Rika Hadiguna. 2009. *Manajemen Pabrik Pendekatan Sistem untuk Efisiensi dan Efektifitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. 1993. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Babun Suharto dkk. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember.
- B Miles, Matthew dan A. Michael Huberman (penerjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi). 1992. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: Univeritas Indonesia Press.
- Boediono. 2014. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamudin. 2007. *Manajemen Produksi Modern Operasi manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer Jay dan Barry Render. 2006. *Operations Manajement*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hani, T Handoko. 1984. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi* Yogyakarta: BFEE.
- <https://displayprdku.blogspot.com/2012/11/.html> (diakses pada 12 April 2018, 14:00 WIB)
- <https://indomaret.co.id> (diakses pada 20 Juli 2018, 19.24 WIB)
- J. Stevenson, William dan Sum Che Chuong (penerjemah: Diana Angelica, David Wijaya, Hirson Kurnia), 2015. *Operations Manajement* Jakarta: Salemba Empat.
- Joko dan Sri 2004. *Manajemen produksi dan operasi* Malang: UMM Press.

- Kasiram. 2010. *Metodologi Penelitian Refleksi Pengembangan Pemahaman dan Penguasaan Metodologi Penelitian*. Malang: UIN Maliki Press.
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sopiah dan Syihabuddin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi. 2007 *Modul Menata Produk*. Sukabumi: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- www.ilmu-ekonomi-id.com. (diakses pada 13 April 2018, 21:00 WIB).

IAIN JEMBER

Lampiran 1

MATRIK PENELITIAN

| Judul | Variabel | Sub Variabel | Indikator | Sumber Data | Metode Penelitian | Fokus Penelitian |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Analisis <i>Layout</i> dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Kelurahan Mangli) | 1. <i>Layout</i> (tata letak) | a. <i>Layout</i> (tata letak) | <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Layout</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Konsep <i>layout</i> b. <i>Layout</i> ritel c. Jenis-jenis <i>layout</i> ritel 2) <i>Layout</i> ritel <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Layout</i> pola lurus (<i>grid</i>) b. <i>Free flow layout</i> (tata letak arus bebas) c. <i>Boutique layout</i> d. <i>Guided shopper flows</i> e. <i>servicescape</i> 3) <i>Layout</i> fasilitas: unsur-unsur fisik berupa: rak, peralatan, meja, bangunan dan sebagainya. | Sumber data primer dari: <ol style="list-style-type: none"> a. Informan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepala toko indomaret 2. Karyawan indomaret b. Dokumentasi c. Kepustakaan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Metode pendekatan kualitatif 2. Jenis penelitian deskriptif 3. Metode pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Koleksi data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan 5. Keabsahan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Triangulasi sumber dan triangulasi metode | <ol style="list-style-type: none"> b. Bagaimana proses <i>layout</i> di Indomaret Mangli? c. Bagaimana pemilihan produk yang di pajang pada Indomaret Mangli? |
| | 2. Pemilihan Produk | b. Pemilihan produk yang di pajang c. <i>Display</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1) Barang (goods) 2) Siklus hidup produk 3) Manajemen lini produk <ol style="list-style-type: none"> 1) Penataan produk (<i>display</i>) 2) Tujuan <i>display</i> 3) Jenis-jenis <i>display</i> 4) Syarat-syarat <i>display</i> | | | |



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B-⁶⁰³/In.20/7.a/PP.00.9/05/2018

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Kepala Toko Indomaret Kelurahan Mangli
di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Siti Khofifah
NIM : 08314041
Semester : VIII (delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
No Telpn : 083144041
Dosen Pembimbing : Dr. Moch Chotib. S.Ag., M.M.
NIP : 19710727 200212 1 003
Judul Penelitian : Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Kelurahan Mangli).

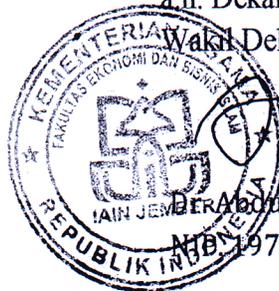
Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 04 Mei 2018

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- 699 /In.20/7.a/PP.00.9/06/2018

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk menyusun skripsi, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Siti Khofifah

NIM : 083144041

Semester : VIII (delapan)

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

No Telpon : 082232459838

Judul Skripsi : Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Kelurahan Mangli).

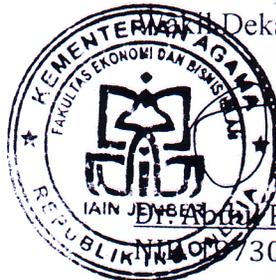
Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 04 Juni 2018

a.n. Dekan,

Dekan Bidang Akademik



D. Rokhim, S.Ag., M.E.I

730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada

Yth. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian
dan Perdagangan Kab. Jember
di -

J E M B E R

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/1558/415/2018

Tentang

PENELITIAN

- Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- Memperhatikan : Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember tanggal 04 Juni 2018 Nomor : B.699/In.20/7.a/PP.00.9/062018 perihal Permohonan Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

- Nama / NIM. : Siti Khofifah / 083144041
- Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
- Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember
- Keperluan : Mengadakan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul :
"Analisis Layout dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Kelurahan Mangli)"
- Lokasi : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember
- Waktu Kegiatan : Juni s/d Juli 2018

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember

Tanggal : 04-06-2018

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER

Kabid. Kajian Strategis dan Politis


ACHMAD DAVID F., S.Sos

Jember
NIP. 196909121996021001

- Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan Fak. Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Jember;
2. Yang Bersangkutan.

| | | | |
|----|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Wawancara sejarah indomaret Mangli |  |
| 6 | Kamis, 26 Juli 2018 | Observasi kegiatan karyawan dalam proses <i>layout</i> dimulai dari jam 06:00 – 12:00 WIB |  |
| | | Wawancara mengenai fokus penelitian dengan pramuniaga 1 |  |
| | | Observasi mengenai penempatan produk di rak |  |
| 7 | Jumat, 27, Juli 2018 | Wawancara mengenai fokus penelitian dengan pramuniaga 2 |  |
| | | Observasi mengenai suasana di indomaret |  |
| 8 | Sabtu, 28 Juli 2018 | Observasi mengenai <i>layout</i> (tata letak) kursi yang ada di indomaret |  |
| | | Wawancara dan Observasi mengenai fokus penelitian dengan kasir |  |
| 9 | Minggu, 29 Juli 2018 | Wawancara mengenai fokus penelitian dengan asisten kepala toko |  |
| | | Observasi mengenai informasi harga |  |
| 10 | Sabtu, 15 September 2018 | Meminta sebagian dokumen tentang data-data produk yang di pajang yang menunjang penelitian kepada kepala toko indomaret |  |
| | | Meminta surat keterangan selesai penelitian kepada kepala toko indomaret |  |

Jember, 23 Oktober 2018

Kepala Toko

Indomaret Kelurahan Mangli


Hari Prasetyo

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

| No | Tanggal | Kegiatan | Paraf |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Jumat, 04 Mei 2018 | Menyerahkan permohonan surat izin penelitian di Indomaret Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember |  |
| 2 | Sabtu, 05 Mei 2018 | Observasi lokasi di Indomaret Mangli Wawancara mengenai profil indomaret Mangli |  |
| 3 | Senin, 16 Juli 2018 | Observasi mengenai keadaan dan kondisi Indomaret sambil berbelanja |  |
| | | Observasi kegiatan karyawan indomaret mulai dari bersih-bersih toko sampai merapikan barang |  |
| 4 | Selasa, 17 Juli 2018 | Wawancara mengenai profil Indomaret dengan kepala toko indomaret |  |
| | | Wawancara mengenai ruang lingkup kegiatan toko indomaret dengan kepala toko indomaret |  |
| | | Wawancara mengenai <i>job description</i> dengan kepala toko indomaret |  |
| | | Wawancara mengenai fokus penelitian dengan kepala toko indomaret |  |
| 5 | Rabu, 18 Juli 2018 | Observasi dan wawancara mengenai fokus penelitian dengan <i>merchandiser</i> |  |
| | | Observasi mengenai pencahayaan lampu di indomaret Mangli, | |
| 5 | Jumat, 20 Juli 2018 | Observasi dan wawancara mengenai fokus penelitian dengan karyawan yang pernah bekerja di indomaret Mangli |  |
| | | Wawancara sarana dan prasarana Indomaret Mangli |  |

| Kode | PLU | S. | RAK | Shelf | Bar | T_KKT_ABT_DB | Prd. Awal | Prd. Akhir |
|----------|-------------------------|----|-------------|-------|-----|--------------|------------|------------|
| 20019814 | HILO TEEN VNL CRM250 | | MBF05U02338 | 1 | 1 | | | |
| 20040458 | HILO TEEN COKLT 500G | | MBF05U02338 | 1 | 2 | | | |
| 10033815 | HILO ACTIVE CHO 250G | | MBF05U02338 | 1 | 3 | | 16/08/2018 | 31/10/2018 |
| 20033353 | HILO'S HI-CAL CHO250 | | MBF05U02338 | 1 | 4 | | | |
| 20054411 | HILO SCHOOL VAN 250 | | MBF05U02338 | 1 | 5 | | | |
| 20061751 | L-MEN G.MASS CHO 225 | | MBF05U02338 | 1 | 6 | | | |
| 10011507 | ANCHR/BNY VNL BOX700 | | MBF05U02338 | 2 | 1 | | | |
| 10008484 | ANCHR/BNY COKL BOX700 | | MBF05U02338 | 2 | 2 | | | |
| 10005494 | ARBONETO COKL BOX350 | | MBF05U02338 | 2 | 3 | | | |
| 20042139 | ZEE SWIZZ CHO BAG105 | | MBF05U02338 | 2 | 4 | | | |
| 20035012 | DNCOW PORTG COKL 105 | | MBF05U02338 | 2 | 5 | | | |
| 20028910 | MILO 3IN1+ACT-E 4X35 | | MBF05U02338 | 2 | 6 | | | |
| 20085777 | MILO ACTV-GO PCK 115 | | MBF05U02338 | 2 | 7 | | | |
| 10012198 | ANLENE SS.VNL ACT250 | | MBF05U02338 | 3 | 1 | | | |
| 10000579 | DIABETASOL COKL 180GR | | MBF05U02338 | 3 | 2 | | | |
| 10000578 | DIABETASOL VNL 180GR | | MBF05U02338 | 3 | 3 | | | |
| 10025373 | ENTBASOL GOLD VAN185 | | MBF05U02338 | 3 | 4 | | | |
| 20027848 | ZEE SWIZZ CHOCO 350G | | MBF05U02338 | 3 | 5 | | | |
| 20027850 | ZEE VANILA TWIST 350 | | MBF05U02338 | 3 | 6 | | | |
| 10013353 | ANLENE GOLD BOX 650G | | MBF05U02338 | 4 | 1 | | | |
| 10040192 | ANLENE GOLD CKLT 650 | | MBF05U02338 | 4 | 2 | | | |
| 10012172 | ANLENE GOLD VNL 250 | | MBF05U02338 | 4 | 3 | | | |
| 10020147 | ANLENE GOLD COKL B250 | | MBF05U02338 | 4 | 4 | | | |
| 10008064 | ANLENE GOLD BOX 250G | | MBF05U02338 | 4 | 5 | | | |
| 10020146 | ANLENE HC ACT CK250 | | MBF05U02338 | 4 | 6 | | | |
| 20052907 | MILO ACTGEN-E 800G | | MBF05U02338 | 5 | 1 | | | |
| 10017854 | MILO ACTGEN-E PCK300 | | MBF05U02338 | 5 | 2 | | | |
| 20087095 | MILO ACTV-GO 10035G | | MBF05U02338 | 5 | 3 | | | |
| 20046341 | MILO 3IN1 ACTG-E 800 | | MBF05U02338 | 5 | 4 | | | |
| 10013116 | MILO 3IN1+ACT-E20035 | | MBF05U02338 | 5 | 5 | | | |
| 20087418 | FF GLD SKM+ENC 20370 | | MBF05U02338 | 6 | 1 | | 01/09/2018 | 30/09/2018 |
| 10000255 | FF GOLD SKM PTH 370G | | MBF05U02338 | 6 | 2 | | | |
| 10000088 | FF SKM CKLT KLG 370 | | MBF05U02338 | 6 | 3 | | | |
| 20087578 | FF KNL MNS CCPND 370 | | MBF05U02338 | 6 | 4 | | | |
| 10005489 | FF KENTAL MAINS 370G | | MBF05U02338 | 6 | 5 | | | |
| 10000019 | INDOMILK SKM PTH 370 | | MBF05U02338 | 6 | 6 | | 12/09/2018 | 18/09/2018 |
| 10000020 | INDOMILK SKM CHO 370 | | MBF05U02338 | 6 | 7 | | 12/09/2018 | 18/09/2018 |
| 10000021 | INDOMILK SKM PUTH 370 | | MBF05U02338 | 6 | 8 | | | |
| 10031372 | INDOMILK SKM COKLT 370G | | MBF05U02338 | 6 | 9 | | | |
| 10036665 | CARNATION KEM 370G | | MBF05U02338 | 6 | 10 | | | |
| 20012038 | FF KENTAL MAINS 6X40 | | MBF05U02338 | 7 | 1 | | | |
| 10015124 | FF SKM CORELAT 6X40 | | MBF05U02338 | 7 | 2 | | | |
| 20013433 | INDOMILK SKM PTH 6X37 | | MBF05U02338 | 7 | 3 | | | |
| 20013434 | INDOMILK SKM CKLT 6X37 | | MBF05U02338 | 7 | 4 | | | |
| 20010649 | FF GOLD SKM PTH 220G | | MBF05U02338 | 7 | 5 | | | |
| 10005489 | FF KENTAL MAINS 370G | | MBF05U02338 | 7 | 6 | | | |
| 20068905 | FF SKM PUTH 560G | | MBF05U02338 | 7 | 7 | | | |
| 20068906 | FF SKM CORELAT 560G | | MBF05U02338 | 7 | 8 | | | |
| 20002313 | FF KEM MNS (OMELA 370 | | MBF05U02338 | 7 | 10 | | | |
| 20054389 | ISAPTI KRIMER 300G | | MBF05U02338 | 7 | 11 | | | |
| 20034046 | SUN MADE BISC BLT80 | | MBF05U02338 | 8 | 1 | | | |
| 10003111 | POCERNA BABY MAB130 | | MBF05U02338 | 8 | 2 | | | |

PT INDOMARCO PRISMATAMA
JL.ANCOL 1/9 BARAT-JAKARTA UTARA
NPWP 01337 994 6 092000



MANGLI 89 – JEMBER 08883604053
JL. OTTO ISKANDAR DINATA NO.89, KALIWATES –
JEMBER, JEMBER, 68136

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hari Prasetyo
Jabatan : Kepala Toko Indomaret Mangli
Unit kerja : Indomaret
Alamat : Jl. Otto Iskandar Dinata No.89, Kaliwates – Jember
Menerangkan sebenarnya bahwa mahasiswa dibawah ini:
Nama : Siti Khofifah
Nim : 083 144 041
Prodi : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Benar-benar telah mengadakan penelitian skripsi dengan judul “Analisis *Layout* dan Pemilihan Produk pada Indomaret Regional Jember (Studi pada Indomaret Mangli)”

Jember, 23 Oktober 2018

Kepala toko Indomaret mangli



Hari Prasetyo

Lampiran 5

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Khofifah
NIM : 083 144 041
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

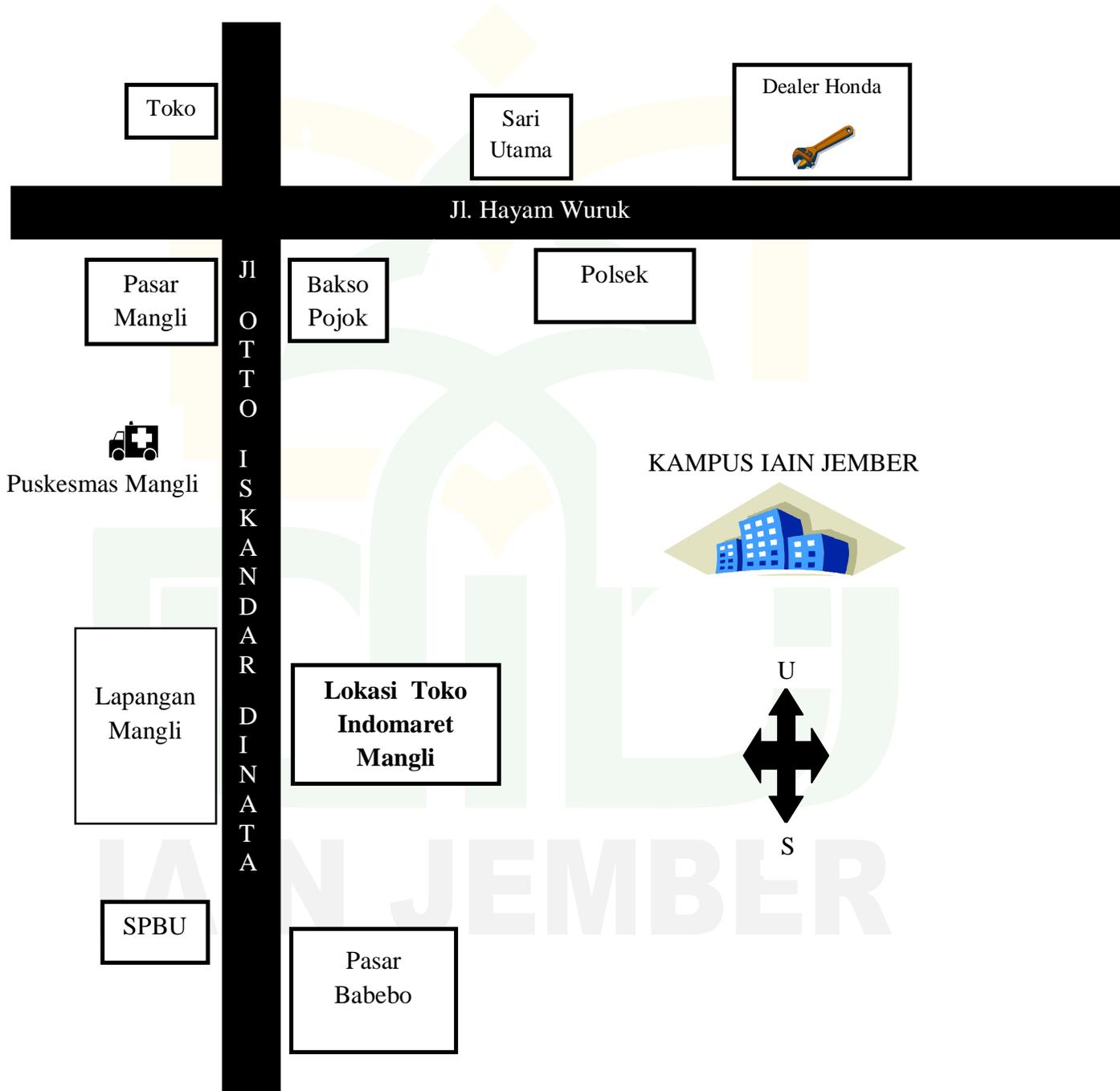
Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 22 Oktober 2018
Saya yang menyatakan



Siti Khofifah
NIM. 083144041

Denah Lokasi Penelitian



Dokumentasi Foto



Wawancara dengan Hari Prasetyo selaku kepala toko indomaret Mangli



Wawancara dengan karyawan indomaret Qq wulan Mei Arianty selaku kasir indomaret mengenai perubahan tempat promosi



Wawancara dengan karyawan indomaret Qq wulan Mei Arianty selaku kasir indomaret



Wawancara dengan Muhammad Samsul Arifin selaku Asisten indomaret

IAIN JEMBER



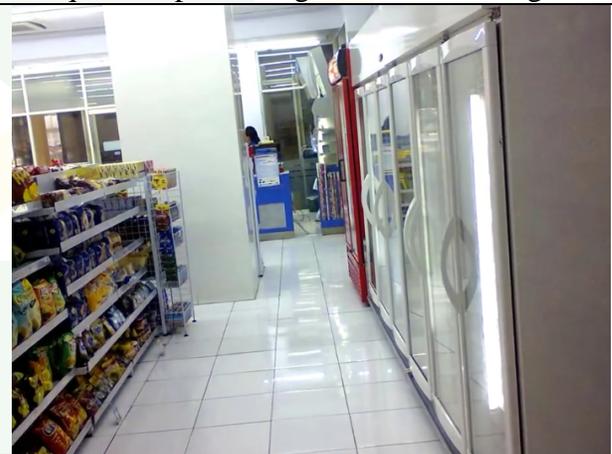
Wawancara dengan Ahmad Jaelani karyawan yang pernah bekerja di Indomaret Mangli



Wawancara dengan Sapta Nanda Maulana Ishaq selaku pramuniaga indomaret Mangli



layout membentuk lorong-lorong



Lorong-lorong dapat dilewati beberapa orang

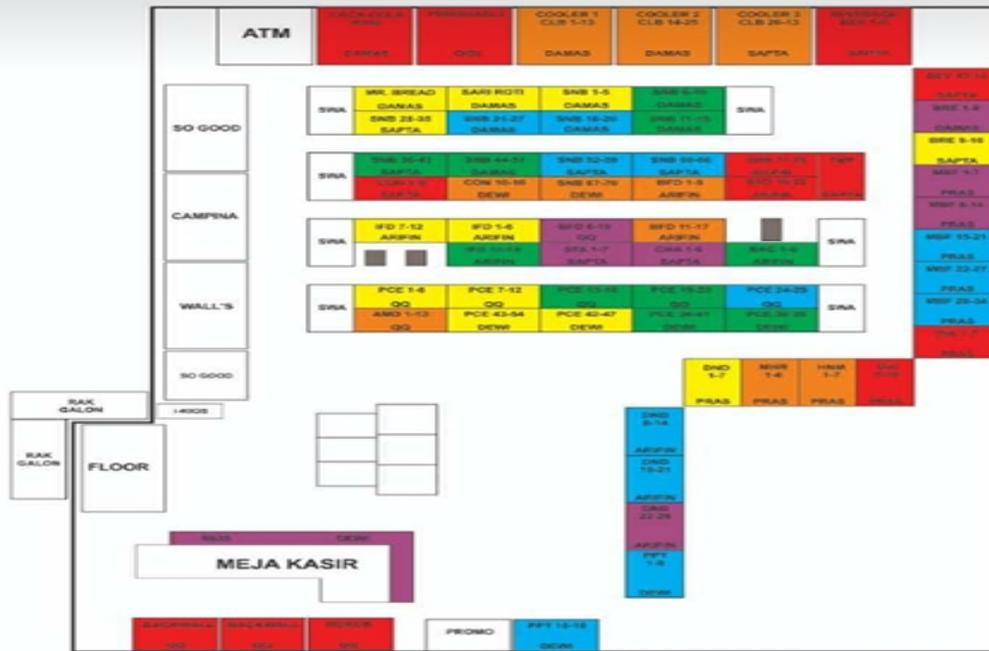


Pemilihan produk yang di pajang di indomaret



Pemilihan produk yang di pajang di indomaret bermacam-macam

**LAYOUT SEGAR BERSIH (SABER)
TOKO TWW7-MANGLI 89
CAB. JEMBER**



JADWAL SABER

| HARI |
|--------|
| SENIN |
| SELASA |
| RABU |
| KAMIS |
| JUMAT |
| SABTU |

SABER PRIORITAS:

- Segar
- Bersih
- Price tag dan planogram
- FEFO
- Rak Display dan ITT
- Atribut/ sarana promosi

CATATAN:

Pelaksanaan cek segar bersih (CSB) oleh personil toko setiap shift.

Sketsa *layout* Indomaret Mangli pada pola *grid* (lurus) dan *Layout* segar bersih dapat dilihat dari warna.



BIODATA PENULIS



Nama : Siti Khofifah
Nim : 083144041
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 05 Mei 1996
Alamat : Jl. Cendrawasih, Dusun
Dampar, RT 001 / RW 002, Desa Suren,
Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember.

Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin

Riwayat Pendidikan :

- a. MI Miftahul Ulum : 2005 – 2009
- b. MTS Miftahul Ulum : 2009 – 2011
- c. MA Miftahul Ulum : 2011 – 2014
- d. Institut Agama Islam Negeri Jember : 2014 – 2018

Pengalaman Organisasi:

- a. Vokalis hadroh Albanjari Miftahul Ulum Suren
- b. Pengurus Perisai Diri IAIN Jember tahun 2015
- c. Panitia UBM (Unit Beladiri Mahasiswa) IAIN Jember tahun 2015
- d. Pengurus Asrama Eksan Institut tahun 2016

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 22 Oktober 2018

Siti Khofifah
NIM. 083 144 041