

PENETAPAN TATA LETAK UNTUK MEMPERLANCAR ARUS BARANG PADA TOKO SAM MART DI JAKARTA BARAT

Herman Ruslim¹, Chaira Rizka Yukianti² & Margaret Laurent³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hermanr@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: chiara.115210013@stu.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: margaret.115200098@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Layout is one of the things that needs to be considered in order to increase the number of consumers in a business. Through this layout it is hoped that it will make it easier to search for goods. When goods are easy to find, it is hoped that sales of goods will increase. This activity will focus on the layout of the Sam Mart Store. This shop is a shop that sells various kinds of daily necessities (food) products. The layout of the Sam Mart Store is still classified as not neat/organized so repairs or improvements are needed to the layout. This layout is also carried out by grouping goods based on their function and type for the goods they sell. This PKM program takes the form of arranging the layout of goods in this shop business, where this business experiences difficulties when picking up goods and the flow of people in and out is also hampered. The aim of this community service activity is to provide input to this business to reorganize its layout. A good layout will facilitate the flow of goods and people and you will not experience difficulties when looking for certain items. Tarumanagara University as an entrepreneurial campus helps provide funds to carry out these community service activities.

Keywords: *layout, sales, efficiency*

ABSTRAK

Tata letak merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen pada sebuah usaha, melalui tata letak ini diharapkan memudahkan dalam pencarian barang. Ketika barang mudah ditemukan diharapkan dapat meningkat penjualan barang. Kegiatan ini akan difokuskan pada tata letak di Toko *Sam Mart*. Toko ini merupakan toko yang menjual beraneka macam produk kebutuhan sehari-hari (pangan). Tata letak pada Toko *Sam Mart* masih tergolong tidak rapi/teratur sehingga diperlukan perbaikan atau pembenahan pada tata letak tersebut. Tata letak ini juga dilakukan melalui pengelompokkan barang berdasarkan fungsi dan jenisnya untuk barang yang dijualnya. Program PKM ini berupa penataan tata letak barang pada usaha toko ini, dimana usaha ini mengalami kesulitan ketika mengambil barang dan arus keluar masuk orang juga terkendala. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada usaha ini untuk mengatur ulang tata letaknya. Melalui tata letak yang baik akan memperlancar arus barang dan orang sertatidak mengalami kesulitan ketika mencari barang tertentu. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: tata letak, penjualan, efisiensi

1. PENDAHULUAN

Salah satu fungsi dari pengaturan tata letak toko adalah memberikan ruang yang tepat untuk tampilan produk. Tata letak harus dapat menentukan ruang yang digunakan untuk menempatkan produk pada lokasi terbaik. Pengaturan yang efektif ini dalam menempatkan barang akan memberikan ruang yang memadai untuk pemeriksaan dan memudahkan arus lalu lintas barang. Pengaturan tata letak juga harus mampu menempatkan item barang yang dianggap berkualitas tinggi pada tempat yang strategis dengan menempatkan di lokasi yang

baik. Upaya ini dirasakan penting karena pada akhirnya akan meningkatkan penjualan produk.

Menurut Arif (2017), tata letak merupakan tata cara dalam mengatur fasilitas perusahaan guna menunjang kelancaran proses produksi. Tata letak juga memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontrak pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak merupakan pengaturan dari fasilitas produksi dan area kerja yang ada merupakan landasan utama dalam dunia industri. Menurut Heizer, Render, & Munson (2017), tata letak adalah salah satu kunci yang menentukan efisiennya sebuah operasi perusahaan dalam jangka panjang. Definisi tata letak menurut Birchfield (2008) adalah pengaturan peralatan untuk menciptakan area kerja yang efisien, aman, dan ergonomis. Sedangkan tata letak menurut Wibowo, Nurcahyo, & Khairunnisa (2016) merupakan keputusan penting yang menunjukkan efisiensi dari operasi jangka panjang. Tujuan utama tata letak adalah optimalisasi pengaturan tata letak mesin dan peralatan produksi sehingga tata letaknya dapat mengoptimalkan operasi produksi. Menurut Stevenson dan Chuong (2014) tata letak mengacu pada susunan departemen, pusat pekerjaan, serta peralatan, dengan penekanan khusus pada gerakan kerja. Menurut Slack, Jones, & Johnston (2013), tata letak adalah bagaimana mengubah sumber daya yang transformasinya diposisikan satu dengan yang lain dan bagaimana berbagai tugasnya dialokasikan ke sumber daya transformasinya tersebut.

Bisnis eceran merupakan aktivitas penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara langsung kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup konsumen tersebut. Keberadaan bisnis ritel modern tentu berdampak bagi produsen, perusahaan dan pemerintah baik secara positif maupun negatif. Dampak positif bagi pemerintah adalah diperolehnya pendapatan perkapita bagi pemerintah. Ritel modern yang makin berkembang akan mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Hal ini terjadi karena ada kecenderungan ritel modern dijadikan sarana untuk bersantai yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota. Selain itu ritel modern merupakan tempat yang nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli atau bertransaksi. (Japarianto, 2010). Para pebisnis mencoba membuat tata letak yang dinamis dan dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan keberadaan ritel sendiri maupun memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari barang yang diinginkan (Ria Arifianti, 2010). Para pengelola ritel menata produknya berdasarkan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini mereka memperkenalkan produk baru yang akan meningkatkan keingintahuan konsumen untuk mencoba sesuatu yang baru. Tetapi dalam kenyataannya banyak yang dikeluhkan konsumen tentang tata letak ini, yaitu mereka kadangkala kesulitan untuk mencari barang yang diinginkan karena tidak ada petunjuk jelas tentang letak barang yang diinginkan. Kalaupun ada mereka tidak pernah melihat ke arah nama letak barang yang diinginkan karena letaknya yang sangat tinggi.

Gambar 1

Toko Sam Mart



Toko Sam Mart terletak di Duri Kupa Jakarta Barat, selama ini toko tersebut melayani penjualan sembako. Permasalahan yang muncul adalah adakalanya pemilik tidak mengetahui letak barang tertentu, sehingga seringkali ketika pembeli membeli barang tertentu maka pemilik memerlukan cukup waktu untuk memperoleh barang tersebut. Hal ini tentunya mempengaruhi waktu tunggu konsumen yang pada akhirnya mengurangi kepuasan pelanggan. Bukan tidak mungkin pelanggan akan berpindah ke toko lain yang menyiapkan produk tersebut dengan cepat.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko *Sam Mart* dalam hal tata letak produknya. Dengan tata letak yang tepat dan sesuai dengan konsep teori yang ada maka dapat dengan mudah mencari barang tersebut dan terciptalah efisiensi waktu yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan serta terciptanya kepuasan pelanggan. Kemampuan penetapan tata letak ini sesuai dengan harapan dari Universitas Tarumanagara yang membantu masyarakat dalam membentuk jiwa wirausaha sesuai dengan *tagline entrepreneurship*.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan PKM yang ditawarkan adalah membantu penetapan tata letak produk perusahaan agar dapat mempermudah arus barang dan memperlancar arus distribusi barang yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan. Ada dua bagian yang ditawarkan kepada mitra, yaitu:

1. Menempatkan barang sesuai dengan besarnya penjualan terhadap merek barang tersebut. Penempatan ini memudahkan saat pengambilan barang ketika barang tersebut dijual. Mengingat barang tersebut barang yang paling sering terjual maka penempatannya harus yang mudah dijangkau. Hal yang dapat dilakukan adalah melakukan pendampingan untuk memilih dan menenpatkan produk yang paling sering dibutuhkan (dibeli) oleh konsumen. Di samping itu juga dilakukan pendampingan dalam mengatur agar barang lebih mudah untuk ditawarkan. Model yang ditawarkan adalah membuat gambar tata letak dari produk-produk tersebut dan mengaplikasikannya.
2. Melakukan pendampingan dalam menyusun barang berdasarkan tipe/jenis produk. Mengingat banyaknya jumlah barang di toko maka penempatan barang harus sesuai dengan jenis/tipe produk tersebut. Beberapa rak kayu yang berukuran besar dan sedang dan memiliki sekat. Produk ditempatkan pada sekat kayu tersebut sesuai dengan jenis/tipe serta penjualannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Usaha

| | |
|-----------|--|
| Nama | : Toko <i>Sam Mart</i> |
| Wilayah | : Jalan Mangga 21 no 121CC Jakarta Barat |
| Kecamatan | : Kebon Jeruk |
| Propinsi | : DKI Jakarta |
| Jam buka | : 08.00 – 18.00 (Hari Senin- Sabtu) |

Toko *Sam Mart* merupakan usaha toko kelontong rumahan yang mendistribusikan produknya di wilayah Duri Kepa dan sekitarnya. Usaha ini beroperasi sejak tahun 2019 yang dikelola oleh Bapak Robhet Gunawan dengan dibantu satu orang karyawannya. Usaha ini berada di Jalan Mangga 21 no 121CC Jakarta Barat. Produk yang didistribusikan adalah berbagai macam antara lain gas, air mineral, mie instant, *frozen food*, dll.

2. Melakukan pendampingan dalam menempatkan barang sesuai dengan besarnya penjualan

Pada bagian ini, tim PKM membantu pemilik usaha untuk menata barang yang disesuaikan tingginya peminat dari produk tersebut yang dapat dilihat pada tingkat penjualan. Prosedur ini dikerjakan untuk menolong pemilik toko dalam meletakkan barang yang memiliki penjualan tinggi di posisi yang mudah diraih untuk mencapai penghematan waktu dalam pengambilan barang. Di samping itu untuk produk yang memiliki penjualan rendah, barang diletakkan pada tempat yang kurang strategis atau pada bagian belakang. Waktu pengambilan barang yang cepat menyebabkan terciptanya efisiensi waktu yang pada akhirnya akan membuat konsumen puas. Konsumen yang puas pada akhirnya akan loyal terhadap toko ini kedepannya.

Langkah lainnya yang dilakukan selain dilakukan penataan terhadap jenis produk juga diatur tata letaknya (*layout*). Perbaikan tata letak dilakukan untuk memudahkan pengambilan produk serta memperlancar keluar-masuk orang. Ketika ketidaktahuan letak produk pada permintaan produk yang tinggi akan menyebabkan waktu akan tersita dalam mencari barang tersebut. Untuk itu toko harus memisahkan produk yang tinggi permintaannya dari produk yang rendah permintaannya. Posisi rak yang tinggi permintaannya diletakkan pada posisi yang strategis dan cukup dekat dengan lokasi pengemasan dan pengiriman.

Gambar 1.

Toko Sam Mart



3. Melakukan pendampingan dalam menyusun barang berdasarkan tipe/jenis produk

Pada bagian ini tim PKM menjelaskan terlebih dahulu mengenai pentingnya penempatan barang sesuai tipenya agar memudahkan dalam pencarian dan penawaran. Barang yang tersusun dengan rapi juga lebih indah dipandang mata. Di toko ini terdapat beberapa rak kayu yang berukuran besar dan sedang. Pada setiap rak terdapat sekat-sekat. Kami menyarankan agar produk sejenis yang memiliki tipe yang sama ditempatkan pada satu bagian dengan sekat yang sama. Begitu juga untuk jenis lainnya ditempatkan dalam satu sekat. Sedangkan untuk produk yang berbeda di tempatkan pada sekat yang berbeda namun dengan tipe yang sama. Demikian seterusnya penempatan tersebut dilakukan. Untuk produk yang tidak sering dicari konsumen (dibeli) dapat ditempatkan pada sekat yang paling atas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: a) Mitra merupakan toko kelontong yang berlokasi dan melayani di wilayah Duri Kepa dan sekitarnya; b) Toko ini mengalami masalah kesulitan dalam pencarian barang karena tata letak yang tidak efektif dan efisien; dan c) Tim PKM mengusulkan agar mitra melakukan penyusunan barang berdasarkan tipe/jenis produk dan menempatkan barang sesuai dengan tinggi-rendahnya permintaan.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah mendukung dan memwadahi kegiatan ini.

REFERENSI

- Birchfield, J. C. (2008). *Design and layout of foodservice facilities*. John Wiley and Sons.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations management: sustainability and supply chain management* (12th ed.). Pearson Education.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2010). Pengaruh life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), April 2011.
- Muhammad, A. (2017). *Perancangan tata letak pabrik*. Deepublish.
- Arifianti, R. (2010). Pengaruh atribut supermarket terhadap impulse buying (Survei pada supermarket di Kota Bandung). *Jurnal Strategic*, 9, 17.
- Daft, R. L. (2010). *Era baru manajemen* (E. Tanujaya, Ed., 9th ed.). Salemba Empat.
- Slack, N., Jones, A. B., & Johnston, R. (2013). *Operations management*. Pearson Education Limited.
- Stevenson, J. W., & Sum, C. C. (2014). *Manajemen operasi* (9th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Wibowo, A. D., Nurcahyo, R., & Khairunnisa, C. (2016). Warehouse layout design using shared storage method. *Proceedings of the 9th International Seminar on Industrial Engineering and Management*.