

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan sektor ritel di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai jenis produk dan layanan. Toko ritel menjadi salah satu sarana penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen karena menyediakan berbagai produk secara langsung kepada pelanggan. Dalam operasionalnya, toko ritel tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang lengkap, tetapi juga harus mampu memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen saat berbelanja. Salah satu faktor yang mempengaruhi kenyamanan tersebut adalah tata letak fasilitas atau **store layout**, terutama dalam penataan display produk di dalam toko (Akmal, Dirgahayu Iantara & Muhammad Dahlan, 2025). Perkembangan dunia ritel saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat. Banyaknya toko yang menawarkan produk serupa membuat pemilik usaha harus mampu menciptakan strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu strategi yang penting dalam dunia ritel adalah pengelolaan tata letak toko atau *store layout* yang baik. Tata letak toko yang efektif dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen serta meningkatkan efisiensi penggunaan ruang (Rahmat, Denny, Nurjaya, Heri & Dede, 2022). Tata letak display produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengalaman berbelanja konsumen. Penempatan produk yang tidak terorganisir dengan baik dapat menyebabkan kesulitan bagi pelanggan dalam mencari barang yang diinginkan. Hal tersebut dapat mengurangi kenyamanan pelanggan dan berpotensi menurunkan tingkat penjualan. Oleh karena itu, perancangan tata letak display produk perlu direncanakan secara sistematis dan efisien (Rahmat, Denny, Nurjaya, Heri & Dede, 2022).

Selain memberikan kenyamanan bagi konsumen, tata letak yang baik juga dapat membantu pemilik toko dalam mengoptimalkan penggunaan ruang yang tersedia. Banyak toko yang memiliki keterbatasan luas area sehingga pemanfaatan ruang harus dilakukan secara efektif. Jika tata letak tidak dirancang dengan baik, maka akan terjadi pemborosan ruang, penumpukan produk pada area tertentu, serta ketidakteraturan dalam penyimpanan dan display barang (Asrisah, Assaidah, Fauziah & Rizki, 2025). Permasalahan tata letak sering terjadi pada toko-toko ritel yang berkembang secara bertahap tanpa perencanaan tata ruang yang matang. Seiring bertambahnya jumlah produk yang dijual, pemilik toko sering menambahkan rak atau display baru tanpa mempertimbangkan alur pergerakan pelanggan maupun hubungan antar jenis produk. Hal ini dapat menyebabkan ruang toko menjadi sempit, tidak teratur, dan kurang efisien. Penataan produk yang kurang tepat juga dapat menghambat aktivitas operasional toko. Pegawai toko akan membutuhkan waktu lebih lama untuk melakukan pengisian ulang stok atau mencari produk tertentu. Selain itu, pelanggan juga dapat mengalami kebingungan dalam menemukan barang yang diinginkan, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan toko (Rahmat, Denny, Nurjaya, Heri & Dede, 2022).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di Toko Irama Elektronik, ditemukan bahwa tata letak display produk yang diterapkan saat ini masih belum sepenuhnya disusun berdasarkan hubungan kedekatan antararea maupun aliran aktivitas operasional. Penempatan beberapa kelompok produk masih tersebar pada lokasi yang berjauhan meskipun memiliki keterkaitan fungsi dan frekuensi perpindahan barang yang tinggi. Kondisi tersebut dapat dilihat dari frekuensi perpindahan antararea, yaitu perpindahan dari Gudang Stok Produk Kecil menuju Area Lampu sebanyak **15 kali per hari**, menuju Area Saklar dan Multi Kabel sebanyak **12 kali per hari**, dari Gudang Kulkas menuju Area Mesin Cuci dan Kulkas sebanyak **10 kali per hari**, serta dari Gudang Stok Kompor menuju Area Kompor sebanyak **8 kali per hari**. Frekuensi perpindahan tersebut menunjukkan bahwa beberapa area

penyimpanan memiliki intensitas hubungan yang cukup tinggi dengan area display tertentu sehingga membutuhkan kedekatan lokasi yang lebih baik.

Selain itu, keterbatasan luas area toko menyebabkan beberapa ruang display dimanfaatkan secara kurang optimal. Toko Irama Elektronik memiliki luas area operasional sekitar **369,292 m²**, yang digunakan untuk berbagai fungsi seperti gudang, area display produk, kasir, dan fasilitas pendukung. Keterbatasan ruang tersebut menjadi semakin kompleks karena jenis produk yang tersedia cukup beragam dan penambahan produk dilakukan secara bertahap selama operasional toko. Kondisi tersebut menyebabkan susunan display menjadi semakin padat dan belum sepenuhnya memiliki pengelompokan yang sistematis. Akibatnya, terdapat area yang memiliki ruang gerak terbatas sehingga dapat mengganggu pergerakan pelanggan dan karyawan. Dari sisi pelanggan, produk yang saling berkaitan tidak selalu ditempatkan pada area yang berdekatan sehingga dapat meningkatkan perpindahan saat mencari produk. Sementara itu, dari sisi karyawan, proses pelayanan, pengambilan barang dari gudang, dan pengisian ulang stok membutuhkan perpindahan antararea yang cukup sering.

Berdasarkan hasil observasi dan data frekuensi perpindahan tersebut, dapat diketahui bahwa permasalahan tata letak display produk di Toko Irama Elektronik tidak hanya berupa kondisi penempatan produk yang kurang teratur, tetapi juga ditunjukkan oleh tingginya aktivitas perpindahan pada beberapa pasangan area. Dengan luas area operasional sekitar **369,292 m²** dan frekuensi perpindahan yang mencapai **15 kali per hari** dari Gudang Stok Produk Kecil menuju Area Lampu serta **45 kali per hari** dari area display menuju kasir, diperlukan penataan area yang mempertimbangkan intensitas hubungan antararea. Oleh karena itu, diperlukan analisis hubungan kedekatan antararea secara sistematis agar penempatan setiap area display dapat disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas operasional. Metode *Activity Relationship Chart* (ARC) dipilih karena mampu mengidentifikasi tingkat kedekatan antararea berdasarkan intensitas perpindahan barang, keterkaitan fungsi produk, aliran pelayanan pelanggan, serta kemudahan aktivitas kerja karyawan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan ulang tata letak yang tidak hanya mempertimbangkan hubungan kedekatan antararea, tetapi juga dapat memberikan ukuran yang jelas terhadap hasil perancangan. Dalam penelitian ini, optimalisasi ruang toko didefinisikan sebagai upaya meningkatkan efektivitas penggunaan ruang melalui perancangan ulang tata letak area display dan area penyimpanan berdasarkan hubungan kedekatan antaraktivitas. Keberhasilan optimalisasi layout diukur melalui perbandingan antara kondisi layout eksisting dan layout usulan berdasarkan dua indikator, yaitu **total jarak perpindahan** dan **tingkat pemanfaatan ruang**. Total jarak perpindahan digunakan untuk mengetahui perubahan efisiensi perpindahan antararea, sedangkan tingkat pemanfaatan ruang digunakan untuk mengetahui seberapa efektif ruang operasional toko digunakan untuk mendukung aktivitas display, penyimpanan, dan aktivitas operasional lainnya. Layout usulan dinilai lebih optimal apabila mampu mengurangi total jarak perpindahan dan meningkatkan tingkat pemanfaatan ruang tanpa mengganggu kebutuhan sirkulasi pelanggan maupun aktivitas karyawan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan suatu metode yang dapat membantu dalam menganalisis hubungan antar aktivitas atau antar area dalam suatu ruang. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam perancangan tata letak adalah *Activity Relationship Chart* (ARC). Metode ini digunakan untuk menganalisis tingkat kedekatan hubungan antar aktivitas atau fasilitas sehingga dapat menghasilkan tata letak yang lebih efisien dan sistematis (Asrisah, Assaidah, Fauziah & Rizki, 2025). Metode *Activity Relationship Chart* memungkinkan perancang untuk menentukan tingkat kepentingan kedekatan antar area berdasarkan kategori tertentu, seperti sangat penting, penting, biasa, tidak penting, atau tidak diinginkan. Dengan mengetahui hubungan kedekatan antar aktivitas tersebut, maka perancangan tata letak dapat disusun secara lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan operasional (Asrisah, Assaidah, Fauziah & Rizki, 2025). Dalam konteks penataan display produk di dalam toko, metode *Activity Relationship Chart* dapat digunakan untuk menentukan kedekatan antara kelompok produk

tertentu agar memudahkan pelanggan dalam berbelanja. Produk yang memiliki keterkaitan atau sering dibeli bersamaan dapat ditempatkan berdekatan sehingga meningkatkan efisiensi ruang serta kenyamanan konsumen (Asrisah, Assaidah, Fauziah & Rizki, 2025). Selain itu, penerapan metode ini juga dapat membantu meningkatkan efektivitas alur pergerakan pelanggan di dalam toko. Dengan tata letak yang terencana dengan baik, pelanggan dapat bergerak secara lebih sistematis dan memiliki peluang lebih besar untuk melihat berbagai produk yang tersedia. Hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan potensi penjualan toko (Rahmat, Denny, Nurjaya, Heri & Dede, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa metode *Activity Relationship Chart* (ARC) efektif digunakan untuk memperbaiki tata letak fasilitas pada berbagai objek penelitian, seperti industri manufaktur, gudang penyimpanan, maupun fasilitas pelayanan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan ARC mampu meningkatkan efisiensi aliran material, mengurangi jarak perpindahan, serta memperbaiki hubungan kedekatan antar area kerja. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada lingkungan industri dan proses produksi, sedangkan penerapan metode ARC pada tata letak display produk di toko ritel, khususnya toko elektronik skala menengah, masih relatif terbatas. Selain itu, beberapa penelitian lebih menitikberatkan pada efisiensi perpindahan material tanpa mengkaji secara menyeluruh keterkaitan antara aliran pelanggan, aktivitas operasional karyawan, hubungan antar kelompok produk, dan optimalisasi pemanfaatan ruang display.

Berdasarkan kondisi tersebut, masih terdapat celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu bagaimana metode *Activity Relationship Chart* (ARC) dapat diterapkan pada perancangan ulang tata letak display produk di toko elektronik dengan mempertimbangkan hubungan kedekatan antar area berdasarkan aktivitas operasional, intensitas perpindahan barang, kemudahan pelayanan pelanggan, serta efisiensi penggunaan ruang toko. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada Toko Irama Elektronik sebagai objek penelitian untuk menghasilkan rancangan tata letak display

produk yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menemukan produk serta mengoptimalkan pemanfaatan ruang yang tersedia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam penerapan metode ARC pada sektor ritel elektronik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu analisis terhadap tata letak display produk yang ada saat ini serta perancangan ulang tata letak yang lebih optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Activity Relationship Chart* untuk menganalisis hubungan antar area display produk dan menghasilkan rancangan tata letak yang lebih efisien dalam memanfaatkan ruang toko. Dengan adanya perancangan ulang tata letak display produk yang lebih optimal, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi penggunaan ruang toko, mempermudah aktivitas operasional, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam berbelanja. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi pengelola toko dalam merancang tata letak display produk secara lebih sistematis dan efektif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi tata letak display produk yang diterapkan pada toko saat ini?
2. Apa saja permasalahan yang muncul akibat tata letak display produk yang ada saat ini?
3. Bagaimana hubungan kedekatan antar area display produk berdasarkan metode *Activity Relationship Chart* (ARC)?
4. Bagaimana rancangan tata letak display produk yang optimal untuk meningkatkan pemanfaatan ruang toko?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis kondisi tata letak display produk yang diterapkan pada toko saat ini.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada tata letak display produk.
3. Menganalisis hubungan kedekatan antar area display produk menggunakan metode *Activity Relationship Chart* (ARC).
4. Merancang ulang tata letak display produk yang lebih optimal untuk meningkatkan pemanfaatan ruang toko.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi ilmiah dalam bidang perancangan tata letak fasilitas, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan metode *Activity Relationship Chart* (ARC) dalam pengaturan display produk pada toko ritel.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi tata letak display produk yang lebih efektif sehingga dapat membantu pemilik toko dalam mengoptimalkan penggunaan ruang serta meningkatkan kenyamanan pelanggan.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait perancangan tata letak fasilitas atau optimalisasi ruang toko.

1.5. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada tata letak display produk di dalam area toko.
2. Analisis perancangan tata letak menggunakan metode *Activity Relationship Chart (ARC)*.
3. Penelitian hanya berfokus pada optimalisasi pemanfaatan ruang toko dan hubungan kedekatan antar area display produk.
4. Penelitian tidak membahas aspek biaya investasi perubahan tata letak secara detail.
5. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data hasil observasi dan wawancara pada toko yang menjadi objek penelitian.



