

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jasa merupakan bagian terbesar dari perekonomian modern, bukan hanya di kebanyakan negara berkembang tetapi juga di lebih dari 70% negara-negara maju di dunia (Lovelock, Wright, 1999:23). Bisnis jasa yang sedang trend saat ini adalah pada sektor retail. Sejak tahun 1960-an industri retail sudah mendominasi industri lainnya, termasuk industri manufaktur, sehingga sektor retail dipandang sebagai aktivitas yang penting dalam perekonomian.

Dalam berbagai aspek penting, sektor jasa berbeda dari manufaktur dan membutuhkan pendekatan yang berbeda dalam pemasaran dan fungsi-fungsi manajemen lain. Untuk memasarkan barang manufaktur, tenaga pemasaran biasanya memperhatikan empat unsur strategis dasar yaitu produk, harga, tempat dan promosi, sedangkan jasa membutuhkan unsur strategis lain karena terdapat aspek keterlibatan pelanggan dalam produksi dan waktu menjadi salah satu faktor yang penting.

Salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan adalah *store layout*. *Layout* yang baik dapat memudahkan konsumen dalam pencarian barang yang mereka inginkan dan memudahkan mereka berpindah/bergerak. Selain itu tata letak *service retail* bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bersih per satuan luas (*net profit per square foot of store space*) (Chase, et al., 2001:191).

Toko buku Eramedia Islami adalah salah satu jenis *service retail* yang menjual buku-buku rohani yang dikhususkan bagi kaum muslim. Beberapa produk di toko buku ini dijual dengan sistem MLM (*Multi Level Marketing*) melalui kerjasama dengan AHAD-NET milik Aa Gym, yaitu produk-produk pernik nabi, misalnya buku doa harian, parfum, obat dan madu. Sebagai salah satu jenis industri jasa, suatu toko buku harus dapat memberikan pelayanan

yang berkualitas. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari berbagai dimensi dan salah satunya adalah dimensi *tangibles* yang meliputi dimensi fisik dari toko. Dimensi fisik toko bukan hanya bangunan saja, melainkan juga meliputi tata letak/ *layout*. Pada kenyataannya, *layout* pada toko buku Eramedia Islami belum terlalu baik dan jalur bagi konsumen menuju ke lokasi rak buku kurang terekspos sehingga perlu dilakukan perbaikan *layout*.

Dengan mengadakan perbaikan *layout* pada toko buku Eramedia Islami maka diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Perbaikan *layout* dapat dilakukan dengan pendekatan *spatial layout and functionality*, yaitu dengan mengelompokkan barang berdasarkan kategorinya dan merencanakan *circulation path* yang menyediakan suatu jalur bagi konsumen yang akan mengekspos mereka ke buku/ barang sebanyak mungkin ketika konsumen sedang mendapatkan urutan pelayanan sepanjang jalur tersebut.

## 1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang menjadi topik penelitian ini adalah bagaimana merancang *layout* yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari judul buku.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Merancang *layout* yang memudahkan konsumen dalam pencarian judul buku berdasarkan kategorinya.
2. Merancang *layout* yang dapat mengoptimalkan *space* yang tersedia secara efektif.

## 1.4 Asumsi

Dalam penelitian ini diasumsikan bahwa dimensi buku yang ada memiliki variasi yang tidak jauh berbeda atau hampir seragam.

### 1.5 Batasan Masalah

Biaya untuk investasi rak pada *layout* baru tidak diperhitungkan dan perubahan pola pembelian konsumen tiap bulan diabaikan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi ke dalam 6 (enam) bab yang disusun dalam sistematika sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian mengenai latar belakang penyusunan skripsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan yang digunakan.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori penunjang dari literatur yang berhubungan dengan *service management*, *retail management*, dan *store layout* serta algoritma yang dapat mendukung pemecahan masalah.

#### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang penjelasan langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian, mulai dari tahap pengumpulan data, mencari hubungan asosiasi hingga tahap perancangan *layout* dengan algoritma CORELAP. Sebagai langkah akhir, dilakukan penyesuaian hasil CORELAP dengan *space* yang tersedia dan uji validasi *layout* akhir.

#### BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data yang diperlukan dalam penelitian antara lain data transaksi penjualan buku, kategori buku, *layout* awal dan dimensi yang tersedia. Selain itu bab ini juga membahas pengolahan data yang dilakukan.

## BAB V PERANCANGAN LAYOUT

Bab ini menguraikan tentang perancangan perbaikan *layout* berdasarkan prinsip *spatial layout and functionality* dan perancangan jalur bagi konsumen.

## BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang berisi solusi yang sekiranya berguna bagi pihak yang bersangkutan.