



Studi Komparatif Desain Tata Letak Fasilitas pada Ritel Lokal: Perbandingan Jimart dan Maju Bersama

Navira Vianda¹ Kelvin Klementin² Nopita Andiny³ Anggi Siva Kagita⁴ Dionisius Sihombing⁵ Marito Ritonga⁶

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email: navira.7243210025@mhs.unimed.ac.id¹ kelvinong.7243210015@mhs.unimed.ac.id² nopitaandiny@gmail.com³ anggikagita10@gmail.com⁴ dionisiussihombing@unimed.ac.id⁵ mariritonga@unimed.ac.id⁶

Abstract

Retail layout is one of the key elements in retail business management because it affects customer convenience and store operational efficiency. Customers can find the items they need more easily and have a more comfortable shopping experience when products are arranged and categorized systematically. This study aims to compare the layout implementation at Jimart and Maju Bersama. The research methodology used is a descriptive qualitative approach utilizing literature study and field observation. The research results show that both supermarkets mostly use product grouping based on categories to make it easier for customers to find items. However, there are still some issues with the way these products are arranged. The placement of gift items in the aisles of Maju Bersama supermarket can obstruct customer flow. Conversely, the placement of beverage items near shampoo and detergent in Jimart supermarket does not align with good product arrangement principles. Overall, both retail stores have implemented the basics of retail layout, but some improvements are still needed for development to make the store layout more ideal for enhancing consumer comfort and encouraging operational effectiveness. To support the layout improvement, the use of the Systematic Layout Planning (SLP) method is recommended to design space organization, product grouping, and customer movement flow in a more orderly and efficient manner.

Keywords: Facility Layout, Customer Flow, Retail Operations

Abstrak

Tata letak ritel adalah salah satu elemen kunci dalam manajemen bisnis ritel karena berdampak pada kenyamanan pelanggan dan efisiensi operasional toko. Pelanggan dapat menemukan barang yang mereka butuhkan dengan lebih mudah dan memiliki pengalaman belanja yang lebih nyaman ketika produk diatur dan dikategorikan secara sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penerapan tata letak di Jimart dan Maju Bersama. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan studi literatur dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan kedua swalayan tersebut sebagian besar menggunakan pengelompokan produk berdasarkan kategori untuk memudahkan pelanggan menemukan barang. Namun demikian, masih ada beberapa masalah dengan cara produk-produk tersebut diatur. Penempatan barang-barang hadiah di bagian lorong supermarket Maju Bersama dapat menghambat arus pelanggan. Sebaliknya, penempatan barang-barang minuman dekat dengan sampo dan deterjen di supermarket Jimart tidak sesuai dengan prinsip penataan produk yang baik. Secara keseluruhan kedua toko ritel tersebut telah menerapkan dasar-dasar tata letak ritel, tetapi masih diperlukan beberapa perbaikan untuk pengembangan agar tata letak toko lebih ideal untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan mendorong efektivitas operasional. Untuk mendukung perbaikan tata letak tersebut disarankan penggunaan metode *Systematic Layout Planning* (SLP) guna merancang organisasi ruang, pengelompokan produk, dan aliran pergerakan pelanggan dengan cara yang lebih teratur dan efisien.

Kata Kunci: Tata Letak Fasilitas, Alur Pelanggan, Operasi Ritel



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Retail merupakan istilah dalam bidang wirausaha yang erat kaitannya dengan *business to consumer* karena menjual barang atau jasa langsung kepada pelanggan. Konsep ritel terus berubah seiring waktu, ritel yang dahulu diklasifikasikan sebagai sektor bisnis yang menjual barang atau jasa dengan mendirikan toko fisik, tetapi sekarang juga dapat berbasis pada situs web atau media sosial (Nurindra et al., 2025). Salah satu sektor yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi adalah industri ritel (Novianti, 2020). Karena berada di daerah pemukiman, toko ritel menghadapi persaingan yang lebih intens akibat perkembangannya yang pesat (Minarsih, 2022). Tata letak perusahaan ritel adalah salah satu pendekatan yang harus digunakan untuk memenangkan persaingan tersebut (Purwadisastra, 2021). Seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar, perusahaan harus mampu mengelola sumber daya mereka seefisien mungkin, terutama melalui pola tata letak yang sistematis. Tata letak ruang menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan ketika membahas bagaimana memaksimalkan keterkaitan antara berbagai operasi yang terjadi dalam sebuah perusahaan ritel. Fleksibilitas tata letak juga diperlukan untuk menyesuaikan permintaan pasar dan variasi produk yang terus berubah. Oleh karena itu, bisnis harus mengevaluasi tata letak produksi sebagai fase strategis (Waruwu et al., 2025). Menurut Hilmansyah dan Handayani (2022), tata letak adalah teknik untuk mengatur peralatan pelaku bisnis guna memfasilitasi efisiensi operasi bisnis mereka. Persiapan yang bermanfaat diperlukan untuk meningkatkan konektivitas antar ruangan saat melakukan pembaruan tata letak. Tata letak yang dirancang dengan baik akan sangat membantu pemilik bisnis dalam mengelola usaha mereka (Cahyani et al., 2023).

Tata letak yang baik akan mengurangi kemungkinan kerugian perusahaan, terutama dalam hal biaya penanganan material dan efisiensi pemanfaatan gudang (Irawan et al., 2022). Menurut Sarihati dan Lazaref (2021), efektivitas dan efisiensi tata letak dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya dan menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan. Cara mengatur produk pada toko ritel adalah dengan menciptakan suasana belanja yang lebih nyaman bagi pelanggan sehingga mendorong mereka untuk membeli lebih banyak barang (Munanzar et al., 2023). Oleh karena itu, perusahaan ritel akan mampu bersaing di pasar ketika pelanggan merasa nyaman. Bagaimana seseorang mendekati pelanggan adalah penentu utama untuk menganalisis keinginan dan perilaku konsumen (Majid & Pramudyo, 2021). Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah menganalisis tata letak fasilitas di bisnis ritel, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada ritel kontemporer berskala besar, seperti perseroan terbatas atau minimarket waralaba (Sarihati & Lazaref, 2021; Cahyani et al., 2023). Saat ini, terdapat kekurangan penelitian tentang tata letak di ritel lokal skala kecil, khususnya yang membandingkan strategi pengaturan tata letak dari dua usaha ritel lokal yang berdekatan. Namun, dibandingkan dengan ritel besar dan kontemporer, ritel kecil juga memiliki berbagai keterbatasan ruang dan sumber daya serta menghadapi persaingan yang ketat.

Selain itu, saat ini belum ada penelitian yang secara tepat membandingkan dan meneliti tata letak ritel lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena membandingkan tata ruang dan penempatan produk dari dua ritel lokal yaitu Jimart dan Maju Bersama, dalam upaya meningkatkan kenyamanan pelanggan dan efektivitas operasional. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini akan memberikan ringkasan mengenai teknik tata letak yang digunakan di ritel kecil lokal tersebut. Jimart dan Maju Bersama merupakan dua ritel lokal yang melayani kebutuhan masyarakat sehari-hari. Pengaturan barang dagangan dan ruang ritel di masing-masing toko berbeda satu sama lain. Variasi-variasi ini layak untuk diperiksa guna mengamati bagaimana setiap toko mengatur ruangnya dan

membandingkan strategi yang digunakan. Untuk memahami bagaimana strategi penataan ruang dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan dan operasi bisnis, diperlukan analisis dengan membandingkan desain tata letak dari berbagai toko ritel lokal. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan tata letak yang digunakan di Jimart dan Maju Bersama guna memberikan analisis komparatif mengenai desain tata letak fasilitas ritel lokal.

Kajian Teori

Tata letak toko ritel merupakan salah satu aspek paling penting dalam pengelolaan usaha ritel karena berkaitan langsung dengan kenyamanan konsumen dan efisiensi operasional. Tata letak yang baik akan membantu konsumen menemukan produk dengan lebih mudah serta menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman. Menurut Cahyani et al. (2023), tata letak ritel merupakan proses pengaturan fasilitas, peralatan, dan ruang dalam suatu toko yang bertujuan untuk mendukung kelancaran aktivitas operasional serta meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Dengan penataan yang tepat, toko ritel dapat memaksimalkan penggunaan ruang sekaligus meningkatkan potensi penjualan. Selain itu, pengelompokan produk juga menjadi bagian penting dalam strategi tata letak ritel. Umumnya produk disusun berdasarkan kategori atau jenis yang sama agar mempermudah konsumen mencari barang yang dibutuhkan. Penataan produk yang sistematis dapat meningkatkan efisiensi waktu konsumen saat berbelanja serta menciptakan pengalaman belanja yang nyaman. Menurut Munanzar et al. (2023), pengelompokan produk berdasarkan jenis atau kategori tertentu dapat membantu konsumen menemukan barang dengan lebih cepat serta meningkatkan kenyamanan dalam proses berbelanja.

Tata letak juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional suatu usaha ritel. Penempatan rak, gudang, maupun area penyimpanan yang tepat dapat mempermudah karyawan dalam melakukan aktivitas pengelolaan barang, seperti penyimpanan, pengambilan, dan penataan produk. Irawan (2022) menyatakan bahwa tata letak yang dirancang dengan baik dapat mengurangi jarak perpindahan barang, memaksimalkan pemanfaatan ruang, serta meningkatkan efisiensi kerja dalam kegiatan operasional perusahaan. Selain berdampak pada operasional toko, tata letak juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Penataan rak, jalur pergerakan konsumen, serta display produk dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk tertentu sehingga berpotensi meningkatkan penjualan. Majid dan Pramudyo (2021) menjelaskan bahwa desain tata letak yang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja serta mendorong terjadinya pembelian secara tidak terencana. Oleh karena itu, pengaturan tata letak toko yang efektif menjadi salah satu strategi penting bagi perusahaan ritel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus daya saing usaha. Menurut Hartanto dan Aribowo (2023), "tata letak toko ritel yang tidak tepat atau tidak efektif memiliki penataan produk yang tidak strategis dan sulit untuk dijangkau oleh konsumen sehingga konsumen perlu menghabiskan waktu lama dalam berbelanja." Hal ini menunjukkan bahwa tata letak toko perlu dirancang dengan baik agar memudahkan akses produk serta mendukung pola pergerakan pelanggan (*customer flow pattern*). Selain itu, metode *Systematic Layout Planning* (SLP) merupakan pendekatan yang digunakan dalam perencanaan tata letak fasilitas secara sistematis dengan mempertimbangkan hubungan antar aktivitas, aliran material, serta kebutuhan ruang agar proses operasional menjadi lebih efisien dan efektif (Fathulloh, Salikhah, & Ihsan, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami penerapan tata letak (*layout*) pada dua ritel lokal, yaitu Jimart dan Maju Bersama. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata tata letak toko serta penataan produk dan ruang yang diterapkan pada kedua ritel tersebut. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi literatur dan observasi lapangan. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber seperti artikel jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep tata letak ritel, pengelompokan produk, serta strategi operasional dalam bisnis ritel. Literatur tersebut digunakan sebagai dasar teori dalam menganalisis kondisi tata letak yang ditemukan di lapangan. Observasi lapangan dilakukan dengan mengunjungi secara langsung dua ritel lokal yang berada di kawasan MMTC Pancing, Medan, yaitu Jimart dan Maju Bersama. Observasi dilakukan dengan cara mengamati penataan rak, pengelompokan produk, serta alur pergerakan pelanggan di dalam toko (*customer flow*). Selain itu, dokumentasi juga dilakukan melalui pengambilan foto dan video untuk menggambarkan kondisi tata letak toko serta area-area yang berpotensi menghambat pergerakan pelanggan. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis secara deskriptif komparatif dengan membandingkan penerapan tata letak pada kedua ritel tersebut untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari masing-masing tata letak yang digunakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

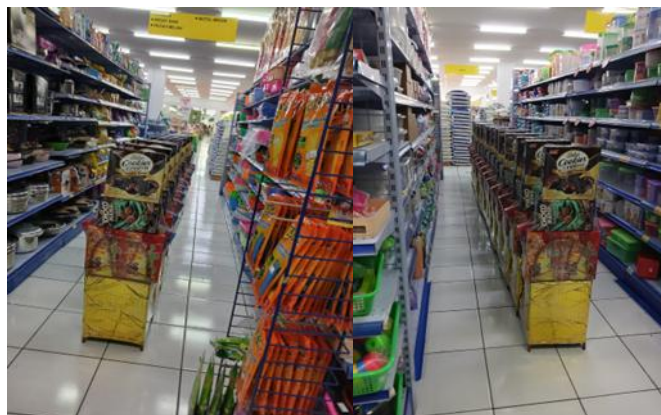
Berdasarkan hasil observasi dan juga dokumentasi lapangan yang telah dilakukan pada kegiatan mini riset pada dua swalayan yang ada di Kota Medan, yaitu Jimart dan Maju Bersama, diperoleh gambaran tentang penerapan strategi operasional terutama pada aspek tata letak (*layout*) barang yang ada di dalam toko. Tata letak merupakan salah satu faktor utama dan dapat mempengaruhi kondisi di dalam toko sehingga dapat mempengaruhi perilaku dari pembeli. Tata letak juga dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan dapat meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Dengan kondisi toko yang menyenangkan dan susunan barang yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan desain tata letak yang efisien toko dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan produktivitas dan juga distribusi lancar (Angelica Nabilla Ahdy et al., 2024). Seperti yang dikatakan oleh (Aprilda Yanti and Muhammad Asyari Syahab, 2023) Penataan tata letak yang baik dapat memberikan manfaat kepada pelanggan, pemilik toko ataupun pegawai di toko tersebut. Manfaat manfaatnya antara lain:

1. Toko dapat memberikan rasa yang nyaman, aman dan menarik bagi konsumen maupun bagi pegawai.
2. Dengan desain yang efektif dapat memudahkan pekerja karena tempat dan lokasi peralatan dibuat sesuai kebutuhan.
3. Manfaat lainnya adalah dapat meminimalisir adanya hambatan yang terjadi kepada pelanggan ataupun pegawai.
4. Dan terakhir manfaat yang dirasakan adalah dengan tata letak yang baik dapat mempermudah pengawasan di dalam toko.

Oleh karena itu, penataan produk yang sistematis dan teratur dapat meningkatkan pengalaman belanja konsumen sekaligus juga mendukung kelancaran aktivitas operasional dalam swalayan. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada swalayan Maju Bersama, swalayan ini sudah memiliki tata letak produk sudah cukup baik karena sebagian besar barang telah dikelompokkan sesuai dengan kategori atau jenis produknya. Sebagai

contoh, berbagai jenis bumbu makanan ditempatkan dalam satu area yang sama sehingga memudahkan pelanggan yang ingin mencari kebutuhan untuk memasak. Selain itu, produk alat tulis juga telah dikelompokkan dalam satu bagian khusus sehingga pelanggan yang ingin mencari perlengkapan tulis dapat dengan mudah menemukan berbagai perlengkapan tulis dalam satu lokasi. Produk makanan cepat saji serta produk perawatan kulit (*skincare*) juga telah ditempatkan pada area yang berbeda agar tidak tercampur dengan kategori produk lainnya. Walaupun kedua kategori tersebut berada pada ujung rak yang berbeda, pemisahan itu tetap membantu pelanggan dalam mengidentifikasi jenis produk dengan lebih jelas. Selanjutnya, produk yang bersifat khusus seperti minuman beralkohol ditempatkan pada area tersendiri yang terpisah dari produk lainnya. Penempatan ini menunjukkan adanya upaya pengelola swalayan untuk mengatur produk yang memerlukan perhatian khusus agar tidak bercampur dengan barang konsumsi pada umumnya. Selain itu, produk segar seperti buah-buahan dan berbagai jenis daging juga ditempatkan pada area yang terpisah dari produk lain. Penataan ini penting untuk menjaga kebersihan, kualitas produk, serta memudahkan pelanggan dalam menemukan kebutuhan bahan makanan segar.

Pengalaman berbelanja yang nyaman di industri retail tidak hanya bergantung pada ketersediaan produknya tetapi dapat dipengaruhi oleh tata letak atau susunan tokonya. Tata letak yang sistematis harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan maupun efisiensi dari operasional perusahaan tersebut. Susunan yang ideal melibatkan beberapa faktor seperti bagaimana penempatan produknya, komposisi pencahayaannya, komposisi dekorasinya, komposisi alur pergerakan di dalam toko. Penempatan produk yang tepat dapat meningkatkan minat pembeli. Contohnya seperti menempatkan barangnya sering dibeli berdekatan dengan satu sama lain sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (Angelica Nabilla Ahdy et al., 2024). Meskipun secara keseluruhan tata letak pada swalayan Maju Bersama sudah cukup terorganisasi, masih ditemukan beberapa kekurangan dalam penataannya. Salah satu permasalahan yang ditemukan adalah penempatan produk parsel yang kurang tepat. Parsel tersebut diletakkan di area jalan atau lorong yang biasa dilalui oleh pelanggan. Penempatan ini berpotensi mengganggu kelancaran pergerakan pelanggan karena mempersempit ruang untuk berjalan. Selain itu, kondisi tersebut juga dapat mengurangi kenyamanan pelanggan saat berbelanja karena jalur yang seharusnya digunakan untuk lalu lintas pelanggan menjadi terhalang oleh barang dagangan.



Gambar 1. Layout Maju Bersama Sumber dari Observasi Lapangan

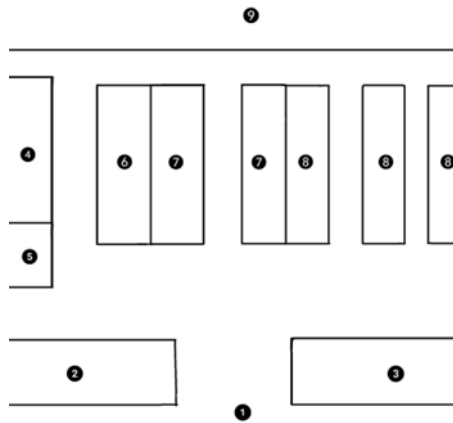
Penempatan produk yang salah dapat mengganggu kenyamanan dari pelanggan. Ketika lorong terhalang oleh produk seperti parsel, terjadi penyempitan jalan yang menyebabkan pelanggan harus memperlambat langkah atau berbelok mencari jalan lain. Kondisi ini menimbulkan *bottleneck* atau kemacetan dalam alur pergerakan, yang pada akhirnya

menurunkan efisiensi waktu berbelanja. Selain itu hal itu juga dapat membuat pelanggan tidak dapat melihat isi dari lorong tersebut, yang mungkin barang yang mereka cari berada di sana, pelanggan akan menganggap bahwa barang yang mereka cari tidak ada di swalayan tersebut. Darul lintas harus luas dan tidak terhalang, memiliki papa informasi yang jelas, dan pengelompokan barang yang logis dapat meningkatkan efisiensi berbelanja pada pelanggan. Kemudahan dalam mengakses produk ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pelanggan akan memiliki pengalaman yang positif di toko tersebut (Dilla Syadzwin et al., 2025)

Sementara itu, pada swalayan Jimart, tata letak toko secara keseluruhan juga dapat dikatakan cukup baik meskipun ukuran ruang tokonya relatif lebih kecil dibandingkan dengan swalayan lainnya. Dengan keterbatasan ruang tersebut, pengelola swalayan tetap mampu menata produk dengan cukup rapi dan terorganisasi. Sebagian besar barang telah dikelompokkan berdasarkan jenisnya sehingga pelanggan dapat dengan lebih mudah menemukan produk yang mereka butuhkan. Penataan yang terstruktur ini menunjukkan adanya upaya pengelolaan ruang yang cukup efisien meskipun luas area penjualan tidak terlalu besar. Penataan produk di Jimart itu dapat dikatakan cukup baik walaupun ukuran tokonya lebih kecil dibandingkan dengan Maju Bersama. Walaupun area penjualan terbatas tetapi tidak menjadi hambatan bagi pengelola untuk dapat mengatur tata letak produk yang rapi dan terorganisir. Pengelola mampu dalam memanfaatkan ruang yang terbatas dengan efisien, contohnya seperti penempatan produk yang sesuai dengan kategorinya. Barang-barang Jimart dijual dengan dikelompokkan berdasarkan jenis produknya seperti makanan, minuman, dan kebutuhan rumah tangga dan terdapat juga barang pecah belah. Hal ini dapat memudahkan pelanggan untuk mencari atau menemukan barang yang mereka butuhkan sehingga tidak membuang waktu yang terlalu lama.

Selain itu, tata letak produk yang terstruktur itu mencerminkan adanya usaha pengelolaan ruang yang baik oleh pihak toko. Dengan area penjualan yang tidak terlalu besar, tetapi mereka dapat mengatur penempatan produk agar mampu menciptakan tampilan tokoh yang lebih rapi dan nyaman bagi pelanggan. Sehingga hal ini dapat membantu pelanggan untuk memahami posisi produk dengan lebih cepat dan proses berbelanja menjadi lebih efisien. Ini berarti bahwa pengelolaan tata ruang tidak hanya tentang area yang dimiliki itu luas tetapi juga pada kemampuan pengelola toko untuk menempatkan produknya secara efektif. Penelitian pada bidang retail menunjukkan bahwa tata letak toko dan pengelompokan produk yang baik itu memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman berbelanja bagi konsumen. Tata letak produk berdasarkan kategori tersebut dapat meningkatkan keunggulan barang di rak sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mencari produk yang mereka inginkan. Tata letak yang terorganisir dapat mempengaruhi pola pergerakan dari konsumen di dalam toko sehingga dapat berpeluang terjadinya pembelian produk (Gul et al., 2022). Oleh karena itu, walaupun dengan ruang yang terbatas, pengelolaan tata letak yang efektif pada toko dapat memberikan hasil yang positif terhadap kenyamanan pelanggan dan menghasilkan efisiensi aktivitas berbelanja di dalam toko.

Namun demikian, masih terdapat satu kekurangan dalam penataan produk pada swalayan Jimart, yaitu penempatan produk minuman yang berada bersebelahan dengan produk perlengkapan mandi serta deterjen pakaian. Penempatan ini dinilai kurang tepat karena menggabungkan produk konsumsi dengan produk kebersihan rumah tangga dalam satu area yang berdekatan. Dalam konsep tata letak ritel yang baik, produk yang dikonsumsi oleh manusia seharusnya dipisahkan dari produk kimia atau produk pembersih agar tidak menimbulkan kesan kurang higienis serta untuk menjaga kenyamanan dan persepsi kualitas produk di mata konsumen.



Gambar 2. Denah sederhana pada tata letak Jimart

Penjelasan untuk gambar 2.

No	Penjelasan
1	Pintu Masuk
2	Kasir
3	Tempat Penitipan Barang
4	Rak Deterjen
5	Chiller Minuman
6	Rak Perlengkapan Mandi
7	Rak Produk kecantikan
8	Rak Snack
9	Rak Makanan Instan, Kopi, dan Susu

Menurut Alibaba Insights (2026), Produk *toiletries* dan *cleaning supplies* mengandung bahan kimia yang berbahaya sehingga harus dipisahkan dari produk makanan atau minuman dan disimpan terpisah untuk mencegah terjadinya kontaminasi. Karena produk tersebut memiliki resiko mengalami kebocoran kemasan atau tersebar nya aroma kimia yang bisa mempengaruhi kualitas dari produk makanan atau minuman yang ada di dekatnya. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan pada kedua swalayan tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik Jimart maupun Maju Bersama pada dasarnya telah menerapkan prinsip dasar pengelompokan produk dalam strategi operasional tata letak. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, khususnya terkait dengan penempatan produk yang berpotensi mengganggu pergerakan pelanggan serta pengelompokan barang yang kurang sesuai dengan kategori produknya. Perbaikan pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi tata letak, kenyamanan pelanggan saat berbelanja, serta efektivitas operasional swalayan secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi lapangan dan telah kami lakukan pada dua swalayan di kota medan tepatnya di MMTC yaitu Jimart dan Maju Bersama, dan kami mendapat kesimpulan bahwa dari kedua swalayan tersebut umumnya menerapkan strategi operasional dengan cukup baik terutama dalam hal penataan tata letak (layout) produk di dalam toko. Produk-produk yang dijual telah dikelompokkan berdasarkan kategori atau jenisnya, seperti makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga atau kebutuhan lainnya. Dengan dilakukannya pengelompokan produk itu dapat membantu pelanggan dalam menemukan barang yang mereka butuhkan dan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien. Pada Maju Bersama, tata letak produk sudah cukup

terorganisasi dengan baik. Berbagai jenis produk telah ditempatkan di area yang sesuai dengan kategorinya, contohnya seperti bumbu masakan, alat tulis dan lainnya. Produk makanan dengan produk perawatan kulit ditempatkan secara terpisah. Dan juga produk khusus minuman beralkohol dan produk seperti buah-buahan atau daging itu juga ditempatkan di area yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pengelolaan tata letak sudah cukup baik untuk menjaga kebersihan produk dan dapat memudahkan pelanggan untuk mencari barang. Tetapi juga masih terdapat kekurangan dalam penempatan produk parsel yang malah diletakkan di area lorong pelanggan yang berpotensi mengganggu jalur pergerakan dan kenyamanan pelanggan pada saat berbelanja.

Sementara itu, Jimart dengan ukuran tokonya yang lebih kecil dibanding Maju Bersama tetapi penataan produknya tetap dilakukan dengan cukup rapi dan terorganisasi. Pengelola toko berhasil memanfaatkan ruang yang tersedia secara efektif dan efisien sehingga produk dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya. Ini menunjukkan bahwa ruangan terbatas tidak menjadi hambatan dalam menciptakan tata letak toko yang efektif. Namun, masih ditemukan kekurangan dalam penempatan produk minuman yang malah berdekatan dengan produk perlengkapan mandi dan deterjen pakaian. Penempatan tersebut dinilai kurang sesuai dengan prinsip tata letak ritel karena menggabungkan produk konsumsi dengan produk kimia rumah tangga di area yang berdekatan. Namun secara keseluruhan, kedua swalayan telah menerapkan strategi operasional tata letak dalam pengelompokan produk di dalam toko. Walaupun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar tata letak produk menjadi lebih efektif penempatan produk perlu di perbaiki agar tidak mengganggu jalur pelanggan dan melakukan pemisahan kategori produk yang lebih sesuai dengan standar kenyamanan konsumen.

Saran

Kami juga menyarankan untuk penelitian selanjutnya mendalami perihal materi strategi operasional swalayan dengan lebih luas, tidak hanya berfokus pada aspek tata letak tetapi juga pada aspek lainnya seperti manajemen persediaan, strategi lokasi, atau strategi pemasaran. Dan diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat melibatkan sample swalayan yang lebih banyak serta menggunakan metode survei langsung kepada pelanggan agar didapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh tata letak produk tersebut terhadap kenyamanan pelanggan sehingga pelanggan dapat memutuskan untuk membeli atau tidak produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alibaba Insights. (2026, March 8). *Overview of supermarket consumables: Composition, mechanical properties, and applications*. Alibaba. <https://www.alibaba.com/product-insights/supermarket-consumables.html>
- Angelica Nabilla Ahdy, Chintya Kenisah Gultom, Rhaka Agung Setiawan, & Zakwan Zaky Bahara Simbolon. (2024). Perencanaan Ulang Tata Letak dalam Pengoptimalan Ruang pada Ritel Sejahtera Mart di Bogor. *Journal of Student Research*, 2(3), 25–31. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i3.2992>
- Aprilda Yanti and Muhammad Asyari Syahab. (2023). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya Sosialisasi Pentingnya Layout Toko Untuk Meningkatkan Penjualan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya*, 2(2), 69.
- Aqilah, F. Z., Nurindra, A., Khotimah, A. N., & Iswanto, R. (2024). Analisis Tata Letak (Layout) pada Retail PT. Sentosa Jaya, Kota Bogor. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 2(3), 648-658.



- Cahyani, B. S., Klarisa, E., Salcea, I., Sinatrya, R. H., & Alfather, M. M. (2023). Analisis perancangan tata letak ritel Abdidaya Mart dengan metode Total Closeness Rating (TCR). *Jurnal Teknologi*, 16(1), 81-86.
- Dilla Syadzwinia, Nelly Artha Naibaho, Yolanda Br.Sihaloho, Putri Dwi Jelita Waruwu, & Ivo Selvia Agusti. (2025). The effect of the impact of customer satisfaction on retail layout: Perspective of PT Trans Retail Medan Carrefour. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(3), 119–134. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i3.749>
- Gul, E., Lim, A., & Xu, J. (2022). Retail store layout optimization for maximum product visibility. *Journal of the Operational Research Society*, 74(4), 1079–1091. <https://doi.org/10.1080/01605682.2022.2056532>
- Hartanto, N. H. F., & Aribowo, B. (2023). Perancangan tata letak toko ritel berdasarkan pola belanja konsumen dengan Market Basket Analysis (Studi kasus: Indomaret Sukatani). *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 8(2).
- Hilmansyah, I. A., dan Handayani, W. 2022. Pengaruh Tata Letak Produksi Terhadap Efisiensi Usaha dan Daya Saing UD Barokah Lamongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, Vol. 24(1):227–241. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.319>
- Irawan, R. D. (2022). Perancangan Tata Letak Gudang Produk Jadi Pada PT XYZ Dengan Menggunakan Metode Shared Storage. e-Proceeding FTI.
- Majid, A. A., & Pramudyo, C. S. (2021). Layout Design And Promotion Strategy Based On Market Basket Analysis And Overall Variability Of Association Rule, Faculty of Science and Engineering Universitas Islam Negeri, 112–121.
- Minarsih, M. M. 2022. Pedagang Kecil “Warung” dalam Gempuran Ritel. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 6(1):389–400. <https://doi.org/10.22437/jssh.v6i1.19493>
- Munanzar, R., Qadriah, L., dan Maryanti. 2023. Analisa Pola Belanja pada Swalayan Suman Mart Menggunakan Algoritma FP-Growth. *Jurnal Real Riset*, Vol. 5(1):287–293. <https://doi.org/10.47647/jrr>
- Novianti, M. 2020. Analisa Strategi Bisnis PT XYZ dalam Industri Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 5(3):249–254.
- Purwadisastra, D. 2021. Strategi Ritel Konvensional Modern dalam Menghadapi Persaingan pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 8(1):187–192.
- Sarihati, Titihan, and Sescya Maulida Lazaref. 2021. “Kajian Tata Letak Interior Kafe Di Jalan Braga Sebelum Dan Sesudah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru.” *Jurnal Arsitektur ZONASI* 4(1): 34–45. doi:10.17509/jaz.v4i1.27412.
- Waruwu, M. M., Mendrofa, M. S. D., Gea, J. B. I. J., & Harefa, I. (2025). Evaluasi Strategi Tata Letak Produksi untuk Meningkatkan Produktivitas di CV. Werry Group Gunungsitoli. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3356-3361.