Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahan

PT Star Maju Sentosa ata yang biasa dikenal masyarakat dengan sebutan STAR *Department Store* merupakan anak perusahan PT. Summarecon yang bergerak di bidang ritel khususnya *department store*. Summarecon dalam mengembangkan STAR *dept.* store telah mendirikannya di 3 lokasi yaitu, Mall Kelapa Gading, Summarecon Mall Serpong, dan Summarecon Mall Bekasi. STAR *Dept. Store* di Summarecon Mall Serpong berdiri pada 11 April 2008 dan saat ini sudah menginjak usia ke 11 tahun.

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 2.1 Logo STAR *Department Store*

Sebagai salah satu *department store* berkembang di Indonesia, STAR *Dept. Store* menyediakan berbagai kebutuhan baik wanita maupun pria, mulai dari produk pakaian, produk kosmetik, sepatu, tas, aksesoris, parfume, pakaian anak – anak, sampai dengan perlengkapan rumah tangga dan *home décor*. STAR sendiri mempunyai produk – produk *direct* yang langsung perusahaan beli putus kepada supplier. Terdapat beberapa *brand direct* star sendiri diantaranya *brand*, The Executive Men's & Ladies, Levi's, Wrangler, Blanka, Young Style, dan masih banyak lagi. Hal tersebut bertujuan untuk menunjang keberlangsungan operational bisnis perusahaan. STAR sendiri memiliki slogan yang berbunyi *"STAR Your Department Store"* dan juga memiliki jingle sendiri yang menggambarkan suasana di toko.

Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan, tentu STAR memiliki visi yang harus dicapai kedepannya, dan dengan misi – misi apa saja yang harus dilakukan demi mencapai visi yang telah di tetapkan tersebut. Visi STAR *department store* sendiri yaitu "*To bring joy in everyday's life of middle class people of Indonesia"* yang berartikan "Untuk membawa kebahagian dalam kehidupan pelanggan kelas menengah di Indonesia". Di visi STAR sendiri sudah terlihat jelas jika mereka menargetkan produknya kepada masyarakat kelas menengah di Indonesia. Sedangkan untuk misinya STAR memiliki dua misi, yang pertama "*To create department store as a social center, not merely a place for shopping"* yang berartikan "Menciptakan department store sebagai tempat untuk bersosialisasi, tidak hanya sebagai tempat berbelanja. Yang kedua ialah *"To bring entertainment into shopping, it's not just about the product, but also the smile, the packaging, and the whole ambience"* yang berartikan "Menjadikan kegiatan berbelanja, sebagai suatu hiburan, yang dipentingkan bukan hanya barang jualan tetapi juga service (senyum yang tulus), dan penampilan serta keseluruhan suasana toko".

Selain visi dan misi tersebut, STAR juga memiliki nilai – nilai atau *value* yang menjadi pedoman karyawan yang harus dimiliki terutama ketika mereka sedang berada

dalam pekerjaan. *Value* yang harus dimiliki setiap karyawan STAR ada 7 (tujuh), yaitu: *Integrity, Attentive, Maximal, Service with smile, Team work, Attention to detail, Responsible.* Ketujuh nilai tersebut di rangkum dan dikenal sebagai I AM STAR.

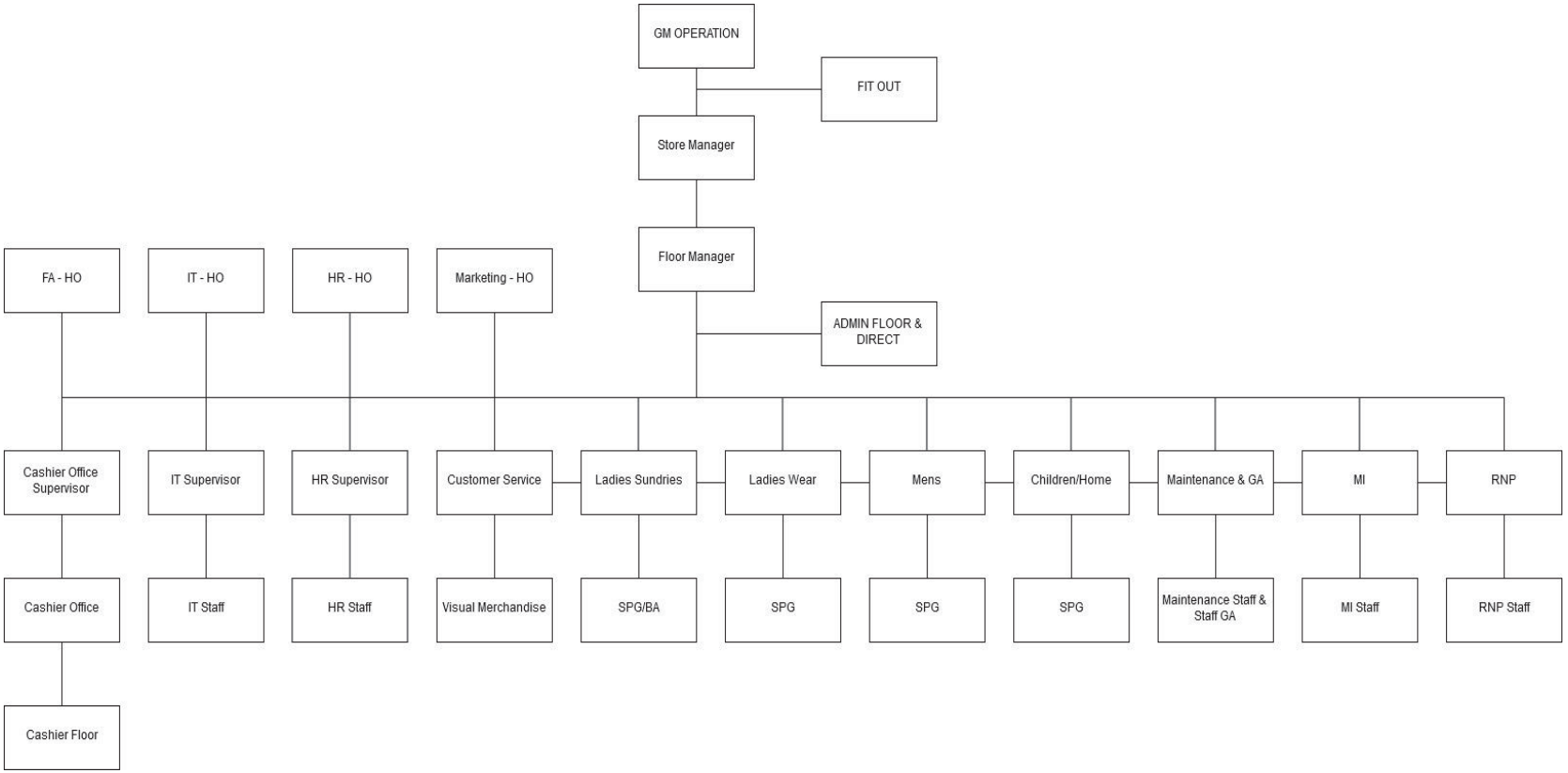
Dalam setiap *value* yang ada terdapat berbagai macam tindakan utama (*key actions*) yang harus dilakukan, seperti yang tergambar dalam tabel di bawah berikut:

Table 2.1 Key Actions dalam I AM STAR Value

Value	*Key Actions*
Integrity	Integritas, mempunyai etika, wibawa dan jujur
Attentive	Penuh perhatian, peduli terhadap hal yang terjadi sekarang
Maximal	Bekerja penuh semangat dan mencapai hasil yang setinggi – tingginya
Service with smile	Melayani dengan senyum yang tulus
Team work	Bekerja sama, gotong royong, saling bantu, berkoordinasi yang baik
Attention to detail	Perhatian terhadap pekerjaan sampai hal terkecil
Responsible	Bertanggung jawab terhadap tugas dan penyelesaiannya

Sumber : Data Perusahaan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. STAR MAJU SENTOSA SMS

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Manajemen Operasi

Ruang lingkup manajemen operasi menjangkau seluruh operasional dari suatu perusahaan. Karyawan yang bekerja di bidang manajemen operasi terlibat akan operasional keseluruhan perusahaan seperti desain produk dan jasa, seleksi proses, seleksi dan manajemen teknologi, desain sistem kerja, perencanaan lokasi, perencanaan fasilitas, dan perbaikan mutu organisasi produk dan jasa. Fungsi dari manajemen operasi juga mencangkup banyak aspek yang saling berkaitan, seperti halnya peramalan, perencanaan kapasitas, penjadwalan , manajemen persediaan, manajemen kualitas, menentukan lokasi yang tepat untuk menempatkan fasilitas-fasilitas perusahaan, dan sebagainya.

Manajemen operasi menurut William J. Stevenson dan Sun Chee Chong (2014) merupakan sistem atau proses yang menciptakan barang dan jasa, penciptaan barang dan jasa meliputi transformasi atau pengubahan input mejjadi output, berbagai input seperti barang mentah, modal, tenaga kerja, dan informasi di gunakan untuk menciptakan barang dan jasa dengan menggunakan satu atau lebih proses.

Menurut Heizer, Render dan Munson (2017), manajemen operasi atau *operation management* adalah *activities that relate to the creation of goods and service through the transformation of inputs to outputs.* Dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas untuk menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah *input* dari suatu produksi menjadi *output*. Pengertian tentang operasi manajemen juga di perkuat oleh pendapat beberapa ahli lainnya, menurut

Lee J. Krajewski, Larry P. Ritzman & Manoj K. Malhotra (2013) yang mengatakan manajemen operasi mengacu pada desain sistematis arahan, dan konrtol proses yang mengubah input menjadi layanan dan produk untuk pelanggan internal, maupun eksternal. Secara umum, manajemen operasi mendasari semua departemen dalam bisnis karena departemen melakukan banyak proses. jika Anda bercita-cita untuk mengelola dpeartment atau proses partikel dalam disiplin Anda, atau jika Anda

hanya ingin memahami bagaimana proses Anda menjadi bagian yang cocok dengan keseluruhan struktur bisnis, Anda perlu memahami prinsip-prinsip manajemen operasi. dari prespektif ini, setidaknya sedikit dari manajemen operasi hidup dalam diri kita semua.

Dari pengertian-pengertian yang sudah di sebutkan diatas oleh beberapa para ahli penulis dapat mengsimpulkan dan merangkum bahwa manajemen operasi merupakan serangkaian aktivitas untuk melakukan perencanaan terhadap pengelolaan serta mendesain *input* dan *output* dalam bentuk barang maupun jasa. Berkegiatan untuk merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh operasi perusahaan demi menciptakan produktifitas dengan efektif dan efisien dalam menjalankan perusahaan.

Menurut Heizer terdapat *10 decision areas of operation management.* 10 keputusan manajemen operasi tersebut dapat dibagi menjadi :

1. *Product*

   Dalam bagian ini perusahaan melakukan perancangan barang dan jasa dan menetapkan sebagian besar proses transformasi yang akan dilakukan. Seperti halnya dalam menentukan keputusan biaya, kualtias dan sumberdaya manusianya yang bergantung pada keputusan perancangan tersebut.

2. *Quality*

   Ekspetasi pelanggan terhadap kualtias dari suatu produk maupun jasa pasti akan sangat tinggi sesuai dari kegunaan produk atau jasa yang di tawarkan tersebut. Perusahaan berperang penting di sini dalam menjaga kualitas barang maupun jasa yang di tawarkan sepertihalnya menetapkan prosedur, dan peraturan yang dilakukan untuk mengidentifikasi serta mencapai standar kualitas tertentu.

3. *Process*

   Keputusan dari proses yang diambil dan ditetapkan membuat perusahaan mengkomitmenkan pilihannya dalam hal teknologi, kualitas, penggunaan sumber daya manusia, dan pemeliharaan yang spesifik.

4. *Location*

Lokasi menjadi salah satu kunci penting dalam menjalankan suatu badan usaha, karena lokasi yang di pilih harus bisa menjadi tempat perusahaan tersebut memperoleh keuntungan. Pemilihan lokasi dilakukan dengan berbagai pertimbangan sehingga keputusan lokasi organisasi baik itu manufaktur dan jasa menentukan kesuksesan perusahaan.

5. *Layout*

Layout menjadi penting dalam menjalankan suatu perusahaan, karena dengan layout yang efisien dapat menekan cost dan hal lainnya untuk perusahaan. Karena semuanya akan berpengaruh dan bersinkronisasi baik itu dari aliran bahan baku, kapasitas yang di butuhkan, tingkat karyawan, keputusan teknologi dan kebutuhan persediaan.

6. *Human Resources*

Manusia merupakan bagian yang integral dan mahal dari keseluruhan rancang sistem di perusahaan. Oleh karena itu, kualitas lingkungan kerja yang baik harus tersedia, bakat dan keahlian yang dibutuhkan harus sesuai, dan upah yang di berikan juga harus ditentukan dengan jelas.

7. *Supply Chain*

Keputusan ini menjelaskan mengenai aliran bahan yang terjadi selama proses produksi di suatu perusahaan, baik itu aliran bahan yang harus dibuat maupun bahan yang harus dibeli.

8. *Inventory*

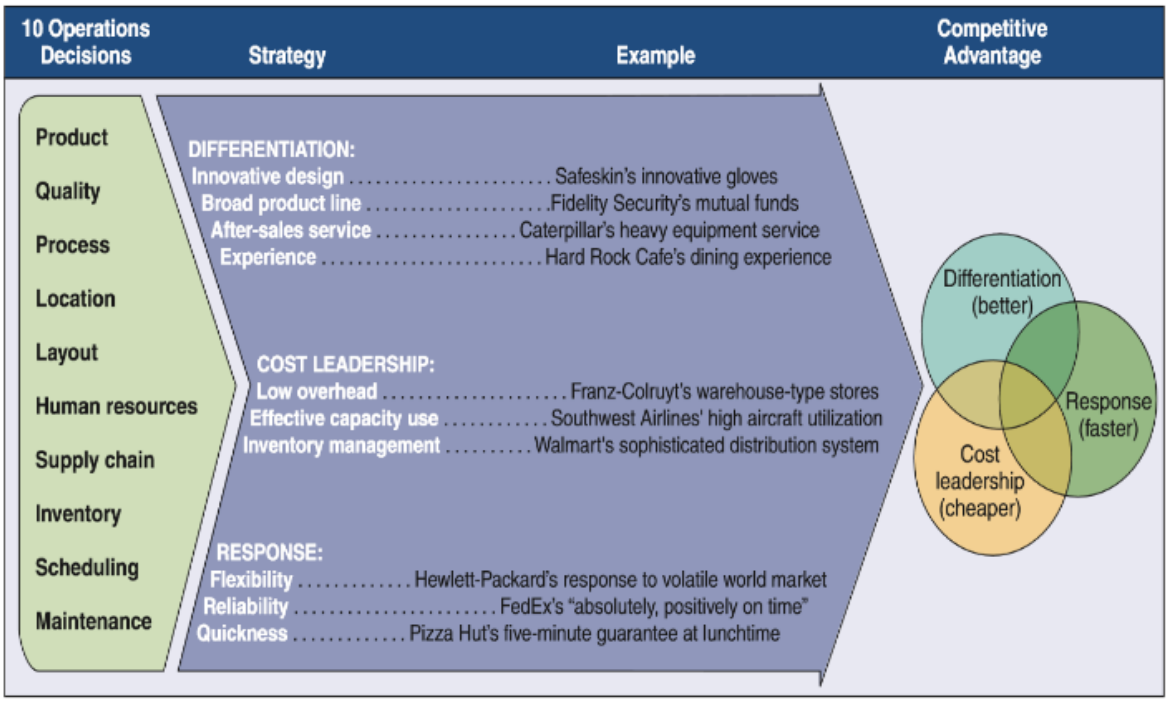
Persediaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, khususnya di bidang F&B, Ritel, dan lainnya, karena dalam bidang usaha mereka akan sangat diperhitungkan persediaan yang ada sehingga dapat mengefisiensikan tempat, waktu, biaya, dan sebagainya. Oleh karena itu keputusan persediaan dapat dioptimalkan hanya jika keputusan pelanggan, pemasok, perencanaan, produksi, dan sumberdaya manusia dipertimbangkan

9. Scheduling

Keputusan ini terkait jadwal produksi dan proses bisnis lainnya dalam perusahaan yang harus dikembangkan sehingga pekerjaan dapat dikerjakan dengan efisien.

10. Maintenance

Keputusan ini terkait pemeliharaan dari gedung, mesin, dan asset-aset perusahaan lainnya yang harus dilakukan untuk mencapai stabilitas dan kegunaannya yang konsisten maksimal dari tiap asset perusahaan tersebut.



Sumber : Heizer, Render dan Munson (2017 : 43)

Gambar 2.3 *Operations Decisions*

Dapat di lihat dari gambar 2.2 diatas, 10 keputusan operational yang tepat dapat membuat suatu perusahaan mempunyai *competitive advantages* baik itu dari segi *differentiation* yang menyangkut berbagai bidang seperti invoasi desain, pelayanan yang diberikan pasca pembelian, pengalaman, *cost leadership*, dan *response*.

2.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Heizer, Render dan Munson (2017*)*, perencanaan tata letak adalah suatu keputusan utama yang menentukan efisiensi operasi jangka panjang. Tata letak memiliki implikasi strategis karena menetapkan prioritas kompetitif organisasi dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya, serta kualitas kehidupan kerja, kontak pelanggan, dan citra. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai strategi yang mendukung diferensiasi, biaya rendah, atau respon yang cepat.

Penataan dan perencanaan tata letak yang dilakukan diperjelas oleh William J. Stevenson dan Sun Chee Chuong (2014) yang menyatakan bahwa tata letak mengacu pada konfigurasi departemen, pusat kerja, dan peralatan, dengan penekanan khusus pada pergerakan pekerjaan (pelanggan atau material) melalui sistem. seperti dalam bidang lain dari desain sistem, desain tata letak penting karena tiga alasan dasar: (1) mereka memerlukan investasi besar uang dan upaya, (2) mereka melibatkan pertemuan jangka panjang, yang membuat kesalahan sulit diatasi, dan (3) mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap biaya dan efisiensi operasi.

Pada umumnya tata letak yang terencana dengan baik akan ikut menentukan efisiensi produksi dan dalam beberapa hal juga akan menjaga kelangsungan hidup atau kesuksesan kerja suatu industri. Peralatan dan desain industri yang bagus tidak akan optimal apabila perencanaan tata letak tidak direncanakan dengan baik, karena aktivitas produksi suatu industri harus berlangsung lama dengan tata letak yang tidak selalu berubah-ubah, oleh karena itu setiap kesalahan yang dibuat dalam perencanaan tata letak akan mengakibatkan kerugian-kerugian yang tidak kecil.Layoutmerupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan jangka panjang.

Layout memiliki berbagai implikasi strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaandalam hal kapasitas proses, fleksibilitas dan biaya. Menurut Heizer Munson dan Render (2017) desain tata letak harus mempertimbangkan bagaimana dapat mencapai hal- hal sebagai berikut :

1. Utilitas ruang, peralatan dan orang yang lebih tinggi. Penataan layout hendaknya mempertimbangkan bagaimana memperoleh penggunaan pada masing-masing ruangan, peralatan dan tenaga kerja yang efisien. Sehingga tidak diharapkan adanya ruang atau tempat dalam perusahaan yang tidak berfungsi.
2. Aliran informasi, barang atau orang yang lebih baik. Prinsip ini diusahakan untuk menghindari adanya hambatan atau gangguan pada sistem kerja. Sehingga, dalam *layout* perusahaan pada bagian yang memiliki hubungan hendaknya letaknya dibuat berdekatan untuk menjaga efesiensi pada semua aliran.
3. Moral karyawan yang lebih baik, juga kondisi lingkungan kerja yang aman. Desain *layout* yang baik harus mempertimbangkan bagaimana memberikan jaminan keselamatan bagi para karyawan dan memberikan suasana yang menyenangkan dan nyaman bagi karyawan, di mana hal ini dapat direncanakan dalam penataan layout yang baik.
4. Interaksi dengan pelanggan/klien yang lebih baik. Dengan kata lain, bahwa perusahaan membangun relasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan/klien secara jangka panjang
5. Fleksibilitas. Suatu layout yang baik dapat mengantisipasi berbagai perubahan dalam bidang teknologi, komunikasi maupun kebutuhan konsumen. Produsen yang cepat tanggap akan adanya perubahaan tersebut menurut layout pabrik diatur dengan memperhatikan prinsip fleksibilitas.

William J. Stevenson dan Sum Chee Choung (2014) menyatakan tata letak mengacu pada susunan departemen, pusat pekerjaan, serta peralatan, dengan penekanan khusus pada gerakan kerja (pelanggan atau bahan baku) melalui sistem. Bagian ini menguraikan jenis-jenis desain dan model tata letak utama yang digunakan untuk mengevaluasi alternatif desain.

Seperti dalam bidang desain sistem lainnya, keputusan tata letak penting karena tiga alasan dasar:

1. Keputusan tata letak memerlukan investasi dalam uang dan upaya yang besar.
2. Keputusan tata letak melibatkan komitmen jangka panjang sehingga membuat kesalahan sulit diatasi.
3. Keputusan tata letak memiliki dampak penting terhadap biaya dan efisiensi operasi.

Tujuan dasar dari desain tata letak adalah mempermudah kelancaran aliran kerja, bahan baku, serta informasi melalui sistem. Tujuan-tujuan pendukung biasanya meliputi hal-hal sebagai berikut.

1. Mempermudah pencapaian mutu produk dan jasa.
2. Menggunakan tenaga kerja dan ruang secara efisien.
3. Menghindari kemacetan.
4. Memperkecil biaya penanganan bahan baku.
5. Menghapuskan pergerakan tenaga kerja atau bahan baku yang tidak diperlukan.
6. Memperkecil waktu produksi atau waktu pelayanan pelanggan.
7. Mendesain untuk keselamatan

Tata letak toko merupakan susunan dan letak dari berbagai kelengkapan yang dibutuhkan oleh toko (jenis barang, penataan barang, fasilitas toko, pengaturan toko, dan kelompok barang) agar terkesan rapi dan menarik untuk dilihat sehingga para pengunjung tidak bingung ketika berada di dalam toko tersebut. Tata letak toko merupakan pengaturan dari jalan / gang di dalam toko yang cukup lebar dan memudahkan para konsumen untuk berlalu-lalang agar dapat mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat.

R. Cox & P. Brittain (2004) mendefinisikan store layout yaitu pengaturan dan pengalokasian terhadap perabotan tetap-gondola (fixture), perabotan sementara (fittings), perlengkapan (equipment), barang dagangan (merchandise), gang (aisles), dan area barang yang tidak dijual seperti area pemeriksaan dan ruang pas. Store layout akan mampu mengundang masuk atau menyebabkan konsumen menjahui toko tersebut ketika konsumen melihat bagian dalam toko melalui jendela etalase atau pintu masuk.

2.3.3 Tujuan Perencanaan Tata Letak (Layout)

William J. Stevenson dan Sum Chee Choung (2014) menyatakan tujuan tata letak ialah mengatur area kerja dari segala fasilitas produksi yang paling ekonomis untuk operasi, aman dan nyaman sehingga akan dapat menaikkan moral kerja dan *performance* kerja dari operator/karyawan. lebih spesifik lagi, suatu tata letak yang baik akan dapat memberikan keuntungan-keuntungan dalam sistem produksi, sebagai berikut :

1. Menaikkan *output* produksi.
2. Mengurangi waktu tunggu (*delay*).
3. Mengurangi proses pemindahan bahan (*Material handling*).
4. Penghematan penggunaan areal untuk produksi dan *service*
5. Mengurangi *inventory in-process.*
6. Proses *manufacturing* yang lebih singkat.
7. Mengurangi faktor yang bisa merugikan dam mempengaruhi kualitas bahan baku maupun produk jadi.

2.3.4 Jenis – Jenis Tata Letak (*Layout*)

Menurut Heizer, Render dan Munson (2017), keputusan mengenai tata letak meliputi penempatan mesin pada tempat terbaik (dalam pengaturan produksi), kantor dan meja-meja (pada pengaturan kantor) ataupun pusat pelayanan (dalam pengaturan rumah sakit maupun *department store*). Sebuah tata letak yang efektif memfasilitasi terjadinya aliran bahan baku, manusia, dan informasi didalam suatu wilayah maupun

antar wilayah. Untuk mencapai tujuan ini, beragam pendekatan telah dikembangkan. Tipe tata letak dapat dibagi menjadi enam tipe pendekatan yaitu :

A. Tata letak dengan posisi tetap

Pada tipe tata strategi letak seperti ini, proyek tetap berada di suatu tempat dan tidak bergerak, sedangkan para karyawan dan peralatan yang datang menuju tempat tersebut. Contoh dari jenis proyek seperti tipe ini ialah proyek pembuatan rumah, operasi di ruang operasi rumah sakit, jembatan, dan sebagainya. Oleh karena kerumitan nya, layout dengan tipe seperti ini harus di kembangkan dengan baik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kerumitan dari tata letak ini, diantaranya terbatasnya tempat pada semua lokasi produksi, terbatas karena dengan menerapkan layout seperti ini akan sulit bagi suatu perusahaan jika ingin menambah tempat proyek baru di tempat yang sama karena keterbatasan dari tempat yang di miliki tersebut. Kedua pada setiap perbedaan tahapan kontruksi membutuhkan bahan yang berbeda pula, oleh karena itu hal ini menjadi penting sejalan dengan perkembangan proyek. Ketiga volume dari bahan-bahan yang di butuhkan dari setiap proyek yang ada bersifat dinamis sesuai dengan perkembangan dari proyek itu sendiri.

B. Tata letak pada toko ritel

Tipe strategi tata letak ini merupakan sebuah pendekatan yang berkaitan dengan oengalokasian ruang dan merespon pada prilaku konsumen. Tata letak ini di dasarkan pada ide bahwa penjualan dan keuntungan akan bervariasi kepada produk yang menarik perhatian konsumen. Maka dari itu banyak dari manajer suatu toko ritel yang mencoba untuk memperlihatkan produk kepada konsumen sebanyak mungkin karena diyakini bahwa semakin banyak konsumen melihat produk maka semakin tinggi pula penjualan itu. Untuk hal itu lah toko ritel memiliki waktu khusus untuk merombak atau mengalokasi tempat bagi beragam produk agar produk tersebut dapat terlihat oleh konsumen. Tujuan utama dari tata letak ini ialah memaksimalkan lebar dari luas tanah yang di miliki.

C. Tata letak gudung

Gudang, *warehouse* atau *inventory* merupakan tempat penyimpanan untuk menyimpan material baik itu bahan baku, barang setengah jadi, maupun barang jadi yang siap untuk di tujukan pada konsumen. Banyak dari perusahaan yang memanfaatkan gudang ini untuk menyimpan material sampai saat material tersebut di perlukan. Semakin berkembangnya zaman, dan metode-metode baru, terdapat beberapa perusahaan yang tidak lagi menggunakan gudang karena kendala biaya penyimpanan. Tujuan dari adanya gudang ini sendiri ialah memaksimalkan penggunaan ruangan, peralatan, tenaga kerja, penerimaan dan pengiriman material, dan perlindungan untuk material itu sendiri.

Terdapat pula berbagai macam jenis gudang, seperti halnya *cross-docking* yang merupakan konsep gudang dimana produk dikirim ke gudang lalu segera di pisahkan, diurutkan dan di atur berdasarkan permintaan konsumen dan langsung dimuat, dan di kirimkan ke pihak konsumen tanpa adanya penyimpanan di dalam gudang. *Random stocking* konsep ini memanfaatkan *barcode* yang di gunakan untuk mengidentifikasi barang secara akurat dan cepat, sehingga dapat mengetahui jumlah dan lokasi dari setiap unit yang ada. Di kendalikan dengan operator, sistem ini dapat memuat unit dimanapun di dalam gudang secara acak.

D. Tata letak kantor

Konsep dari tata letak kantor bertujuan untuk menentukan posisi karyawan dan peralatan agar kegiatan berlangsung dengan lancer dan arus komunikasi antar semua pegawai dan manajer yang ada berjalan dengan baik. Tata letak kantor modern difokuskan pada keterbukaan dan fleksibilitas yang tinggi. Ruangan tempat karyawan bekerja perlu di sesuaikan dengan volume pekerjaannya. Dengan demikianlah ruangan yang tersedia dapat terpakai secara efisien, atas hal itu karyawan di harapkan dapat bekerja secara produktif.

E. Tata letak berorientasi pada proses

Tata letak yang berorientasi pada proses dapat menangani beragam barang ataupun jasa secara bersamaan, hal ini merupakan cara tradisional untuk mendukung sebuah strategi diferensiasi produk. Penggunaan tata letak ini sangat efisien di saat produk yang memiliki persyaratan berbeda ataupun pada saat konsumen yang memerlukan kebutuhan yang berbeda. Tata letak ini biasanya memiliki strategi volume yang rendah dengan variasi tinggi. Terdapat beberapa keuntungan dengan menerapkan strategi tata letak berorientasi pada proses ini, diantaranya ialah biaya penanganan bahan baku menjadi minimal, penggunaan ruangan yang efisien, mencegah terjadinya kemacetan aliran bahan, penggunaan tenaga kerja yang efisien dan mengurangi waktu yang di perlukan dalam proses industry atau untuk melayani konsumen. Dalam perancangan tata letak berorientasi pada proses ini, cara yang paling umum ialah dengan mendekatkan department-departemen yang memilki interaksi tinggi sehingga meminimumkan biaya penanganan material.

F. Tata letak sel kerja

Tata letak sel kerja merupakan faktor terpenting dalam bisnis ketika mencoba untuk memaksimalkan efisiensi. Tata letak sel kerja di gunakan untuk mengatur ulang orang dan mesin yang biasanya tersebar pada suatu departemen yang beragam, dan mengatur mereka kedalam kelompok- kelompok kecil sehingga dapat memusatkan perhatian dalam membuat suatu produk atau sekumpulan produk yang saling berkaitan. Untuk memperoleh efisiensi dalam proses produksi melalui tata letak ini, harus dipilih pengaturan mesin dan personil yang optimal.

G. Tata letak berorientasi produk

Tata letak yang berorientasikan produk di atur di sekeliling produk atau pada suatu produk yang sama dengan volume tinggi dan bervariasi rendah. Hal inidi pilih karena untuk memanfaatkan strategi proses focus positif, yang di maksud ialah focus berulang dari proses produksi memiliki efek jangka

panjang pada efisiensi dan fleksibilitas produksi, serta pada biaya dan kualitas barang yang di produksi. Tata letak produk biasa nya di gunakan pada produksi yang berulang dan berkelanjutan, dengan asumsi volume dari suatu produk mencukupi untuk utilisasi peralatan yang tinggi, permintaan produk cukup stabil untuk memberikan kepastian akan pennaman modal yang besar untuk peralatan yang khusus, dan pasokan bahan baku memiliki kualitas yang seragam (cukup terstandarisasi) untuk memastikan bahwa bahan baku dapat di kerjakan dengan peraltan tersebut.

Terdapat dua jenis tata letak yang berorientasi produk yaitu lini pabrik, di lini ini bertujuan untuk membuat komponen utama dari suatu produk, yang sifatnya bisa langsung di rakit dan di gabungkan dengan komponen lainnya. Kedua yaitu lini perakitan, meletakan komponen yang sudah di buat oleh lini pabrikasi secara bersamaan pada sekumpulan stasiun kerja sehingga akhirnya menjadi produk yang siap pakai. Kedua lini ini merupakan proses yang berulang dan dalam kedua kasus ini harus seimbang, yang di maksud ialah karyawan yang menhabiskan waktu dalam pengerjaan di satu stasiun harus sama hasilnya dengan karyawan lain yang menggantikan karyawan pertama di stasiun yang sama.

2.3.5 Konsep Tata Letak (*Layout*) yang baik

Heizer, Render dan Munson (2017) mengemukakan bahwa dari ketujuh golongan atau jenis tata letak yang telah disebutkan di sub bab sebelumnya, hanya beberapa yang dapat dimodelkan secara matematis serta desain dari fasilitas fisik masih seperti sebuah seni. Walaupun demikian, telah diketahui bahwa sebuah tata letak yang baik perlu menetapkan hal-hal berikut:

1. *Material handling equipment*

   Manajer harus memutuskan peralatan yang akan digunakan, meliputi ban berjalan, *cranes, automated storage* dan *retrieval system*, juga kereta otomatis untuk mengirim dan menyimpan bahan.

2. *Capacity and space requirements*

Desain tata letak dan penyediaan ruangan hanya dapat dilakukan saat persyaratan jumlah pekerja, mesin, dan peralatan diketahui. Pada kasus pekerjaan kantor, manajer operasi harus membuat perkiraan persyaratan ruang untuk setiap karyawan. Persyaratan ini dapat berupa ruangan persegi empat berukuran 6 x 6 kaki ditambah dengan sedikit ruang untuk selasar, toilet, kantin, tangga, lift, dan lain-lain, atau bisa juga berupa kantor-kantor yang luas untuk pra eksekutif dan ruang rapat. Manajemen juga harus mempertimbangkan ruang yang dibutuhkan untuk mengatasi hal-hal seperti keamanan, kebisingan, debu, asap, temperature, serta ruang di sekitar peralatan dan mesin.

3. *Environment and Aesthetic*

Pemikiran mengenai tata letak seing membutuhkan keputusan mengenai jendela, tanaman, dan tinggi partisi untuk memfasilitasi aliran udara, mengurangi kebisingan, menyediakan keleluasaan pribadi, dan lain-lain.

4. *Flow of Information*

Komunikasi sangat penting bagisetiap perusahaan dan harus dapat difasilitasioleh tata letak. Permasalahan ini mungkin membutuhkan keputusan tentang jarak, juga keputusan akankah dibuat kantor pada ruangan terbuka dengan menggunakan pembatas setengah badan atau kantor yang memberi keleluasaan pribadi.

5. *Cost of Moving Between Various Work Areas*

Mungkin ada pertimbangan unik yang terkait untuk memindahkan bahan penting lainnya yang memiliki area tertentu. Misalnya, memindahkan baja cair lebih sulit daripada menggerakkan baja dingin.

2.3.6 Jenis-jenis Store Layout

Tata letak took sendiri terdiri dari beberapa jenis, Menurut K.V.S. Madaan dalam bukunya yang berjudul “Fundamental of Retailling”, menyatakan bahwa terdapat 3 jenis *store layout*, yaitu:

1. *Grid Layout*

Secara umum, jenis tata letak ini di adopsi oleh makanan dan bahan kebutuhan sehari-hari seperti pada supermarket ataupun farmasi. Rak disusun dalam posisi linear baik itu horizontal ataupun secara vertical yang membentuk suatu Lorong

2. *Loop or Racetrack Layout*

Tata letak ini memungkinkan customer untuk menelusuri produk-produk yang ada di dalam took selama mereka mengikuti lorong lalu lintas perimeter dengan department di kedua sisi loop berjalan di sekitar toko

3. *Free-flow Layout*

Tata letak ini tidak terstruktur dan lebih flexible, yang bertujuan untuk membuat tata letak yang informal, *friendly* dan juga *environtmental ambient*. Tata letak ini berfokus pada desain interior untuk membedakan produk kategori dan juga deparment