



**MANAJEMEN TATA LETAK(LAYOUT) GEDUNG SERTA FASILITAS
PASAR PUSAT PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S-1)
Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Syariah*

Oleh:

**ZulfaHidayah
NIM 1630403129**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
KONSENTRASI MANAJEMEN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulfa Hidayah

Nim : 1630403129

Jurusan : Ekonomi Syariah/Manajemen Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/Tugas Akhir yang berjudul **"MANAJEMEN TATA LETAK (LAYOUT) GEDUNG SERTA FASILITAS DI PASAR PUSAT PADANG PANJANG"** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 15 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Zulfa Hidayah
NIM.1630403129

PERSETUJUAN PEMBIMBING

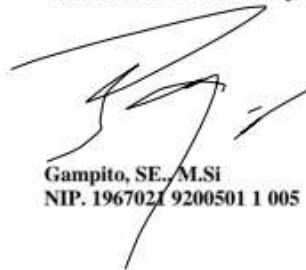
Pembimbing skripsi atas nama Zulfa Hidayah, NIM: 1630403129 dengan judul **“MANAJEMEN TATA LETAK (LAYOUT) GEDUNG SERTA FASILITAS DI PASAR PUSAT PADANG PANJANG”** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah untuk diajukan kepada sidang *munaqasah*

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 13 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Gampito, SE., M.Si
NIP. 1967021 9200501 1 005

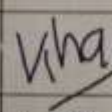
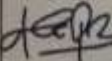
Pembimbing



Khairulis Shobirin, SE.,MM
NIP. -

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh Zulfa Hidayah, NIM. 16 3040 3129, dengan judul "Manajemen Tata Letak (Layout) Gedung Serta Fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang" telah di ujikan dalam sidang *Munqasyah* Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Jum'at tanggal 19 Juni 2020 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1) dalam Ekonomi Syariah Kosentrasi Manajemen Syariah.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Khairulis Shobirin, SE., MM NIP. -	Ketua/ Pembimbing 1		20/6
2	Dr. Himyar Pasrizal, SE., MM NIP. 197805242005011004	Anggota/ Penguji 1		20/6-2020

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Batusangkar



Dr. Urya Anis, S.H., M.Hum
Nip. 19750303 199903 1 004

ABSTRAK

ZULFA HIDAYAH, NIM 1630403129, judul SKRIPSI “**Manajemen Tata Letak (Layout) Gedung Serta Fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang**”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2020.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah tata letak para pedagang pasar yang menyebar dan tidak sesuai dengan komunitasnya sehingga tidak meratanya pendapatan para pedagang serta fasilitas yang lengkap tetapi kurang maksimal sehinggamembuat banyak keluhan dari para pengunjung pasar padang panjang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas di Pasar Padang Panjang dilakukan berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan pemerintah dan untuk penempatan pedagang pasar dilakukan dengan dua metode : lelang dan pengundian, lelang mendapatkan tempat berdagang yang strategis yang menyediakan 253 Kios dan pengundian dilakukan dengan cara acak dengan pengambilan nomor lot yang menyediakan 499 kios dan 430 Los, pemerintah pun telah menyediakan fasilitas seperti mushalla, WC, jaringan air bersih, dan jaringan listrik serta tempat parkir yang lengkap tetapi belum sempurna karena sedang dalam proses penyempurnaan pasar.

Kata kunci: Tata Letak Gedung dan Fasilitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar	viii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional.....	7
BAB IIKAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Manajemen Operasional.....	9
2. Tata Letak (<i>Layout</i>) dan Fasilitas	11
3. Macam-macam Tata Letak (<i>layout</i>).....	13
4. Tujuan Tata Letak	16
5. Ciri-ciri Tata Letak Yang Baik	17
6. Keuntungan adanya <i>Layout</i>	20
7. Desain <i>Layout</i> dan Fasilitas	20
8. <i>Layout</i> Fasilitas	22
9. Metode-Metode <i>Layout</i>	23
10. Jenis-jenis Bangunan	23
11. Perencanaan Tata Ruang Kantor	24
12. Unsur-Unsur Komunikasi	26
B. Kajian Penelitian yang Relevan	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Latar dan Waktu Penelitian	29
C. Instrumen Penelitian.....	30
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisis Data	32
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Temuan Penelitian.....	33
1. Sejarah Pasar Pusat Padang Panjang.....	33
2. Lokasi Pasar Pusat Padang Panjang.....	33
3. Struktur Organisasi	37
4. Visi dan Misi UPTD. Pengelolaan Pasar	58
B. Pembahasan.....	43
1. Fisik Bangunan Pasar Pusat Padang Panjang	43
2. Prosedur Penempatan Pedagang	49
3. Fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang	54
4. Persepsi Masyarakat dan Solusi	74
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Implikasi.....	62
C. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Tabel Biaya Sewa Kios.....	12
Tabel 1.2 Tabel Biaya sewa Los.....	13
Tabel 3.1 Tabel Waktu Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Tabel kios Blok A.....	56
Tabel 4.2 Tabel Kios Blok B.....	57
Tabel 4.3 Tabel Kios Blok C.....	57
Tabel 4.4 Tabel Los A, B, dan C.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1Peresmian Pasar Pusat Padang Panjang.....	45
Gambar 4. 2Gerbang utama Pasar Pusat Padang Panjang.....	51
Gambar 4. 3Tampak samping Gedung Pasar.....	52
Gambar 4. 4Kawasan Kering (Penjual Pakaian).....	53
Gambar 4. 5Kawasan Kering (Penjual Sepatu).....	53
Gambar 4. 6Kawasan Basah (Penjual Ikan).....	54
Gambar 4. 7Kawasan Basah (Penjual Daging).....	55
Gambar 4. 8Kawasan Penjual Sayuran, Buah, Tanaman.....	55
Gambar 4. 9Mushalla dan Gedung Pasar.....	62
Gambar 4.10 Toilet Wanita.....	63
Gambar 4.11 Toilet Laki-Laki.....	63
Gambar 4.12 tempat lahan parkir.....	64
Gambar 4. Timbangan Ukur ulang.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan wilayah akan dipengaruhi oleh beberapa sistem aktivitas, salah satunya adalah perdagangan. Salah satu indikator tingkat kemajuan di bidang ekonomi dilihat dari frekuensi kegiatan di sektor perdagangan. Aktivitas perdagangan akan selalu membutuhkan fasilitas yang berupa ruang dengan prasarana dan sarana yang memadai untuk mewadahi aktivitas tersebut. Pasar merupakan salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut.

Pasar sebagai suatu bentuk pelayanan umum tempat terjadinya transaksi jual beli barang bagi masyarakat, pasar merupakan salah satu cerminan perekonomian dan sosial budaya setiap komunitas di dunia ini. Perdagangan merupakan suatu konsep perekonomian, yang mana pembangunan perdagangan perlu dilakukan guna meningkatkan pendapatan dan sekaligus menjamin kepentingan konsumen, meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan lebih meratakan kesempatan berusaha. Sejak lama pasar tradisional memegang peranan penting dalam memajukan dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi rakyat. Fungsi penting pasar tradisional di samping sebagai muara dari produk-produk masyarakat di sekitarnya (lokal), juga merupakan lapangan kerja yang sangat bermanfaat bagi masyarakat.

Konsep pasar tidak hanya mengacu kepada institusi semata, tetapi juga mengacu kepada tempat. Sebagai institusi, pasar merupakan suatu struktur sosial yang memberikan tatanan siap pakai bagi pemecahan persoalan kebutuhan dasar kemanusiaan, khususnya kebutuhan dasar ekonomi dalam distribusi barang dan jasa. Pasar dianggap sebagai sebuah mekanisme sosial

yang didalamnya sumber-sumber daya ekonomi dialokasikan dan dengan demikian pasar merupakan sebuah konstruksi sosial (Zusmalia, 2005). Sebagai tempat, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi barang dan jasa, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. Dalam masyarakat pra kapitalis, tempat pasar adalah tempat fisik yang terdapat di sejumlah tempat yang ditentukan oleh masyarakat. Tetapi dalam kapitalisme modern, tempat pasar adalah “tersebar” yakni tersebar luas di berbagai tempat (Sanderson, 2003)

Layout fasilitas produksi adalah merupakan tata cara pengaturan segala fasilitas dan area kerja yang diperlukan dalam proses produksi. Layout yang kurang baik akan menimbulkan hambatan seperti kurang tertariknya konsumen mengunjungi tempat tersebut dan bisa berdampak negatif bagi perekonomian masyarakat. Apabila Layout yang diterapkan efisien maka jumlah waktu menganggur akan lebih sedikit atau bahkan tidak ada, sehingga dapat bersaing di pasar global, dan orang yang berkunjung bukan hanya masyarakat setempat melainkan orang-orang di berbagai daerah. Perencanaan Layout secara umum banyak dibahas dalam beberapa literatur antara lain pada *facilities planning* (perencanaan fasilitas). *Facilities planning* adalah berkaitan dengan desaintata letak (layout), lokasi, dan akomodasi orang, mesin, dan kegiatan dari sistem atau manufaktur/jasa yang menyangkut lingkungan atau tempat yang bersifat fisik (Arif, 2017).

Pasar Padang Panjang merupakan sentra ekonomi bagi penduduk Kota Padang Panjang dan sekitarnya. Pasar ini terletak di pusat kota persimpangan jalan dari Padang, Bukittinggi, Batusangkar dan Solok. Pasar ini merupakan pasar yang dikelola oleh Dinas Pasar yang bertanggung jawab kepada Pemerintah Kota dan digolongkan pasar tradisional. Pasar Padang Panjang dilihat dari segi bangunannya terdiri dari banyak los, kios yang dibuka oleh

penjual maupun pihak pengelola pasar. Kebanyakan pedagang menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, berbagai jenis kue, pakaian hingga barang elektronik termasuk juga pelayanan jasa dan lain-lain. Pasar ini ramai di hari pasar yaitu hari senin dan jumat. Pada hari pasar banyak pedagang yang datang dari luar daerah untuk menjual dagangannya. Bukan pedagang saja yang datang dari luar Padang Panjang tapi pembeli juga datang dari luar daerah ini.

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk pada tahun 2010 sebanyak 47.198 jiwa, tahun 2015 berjumlah 50.883 jiwa, sedangkan pada tahun 2016 kota Padang Panjang memiliki jumlah penduduk sebanyak 51.712 jiwa, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk kota Padang Panjang mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan jumlah penduduk kota Padang Panjang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk, maka kebutuhan sandang dan pangan semakin meningkat. Dan salah satu cara pemenuhan kebutuhan tersebut yaitu dengan adanya kegiatan perekonomian di Pasar Padang Panjang. Selain untuk pemenuhan kebutuhan sandang dan pangan bagi masyarakat Padang Panjang, Pasar Padang Panjang juga merupakan destinasi utama dalam sektor perdagangan dan juga wisata kuliner bagi masyarakat Indonesia khususnya Sumatera Barat yang menjadikan kota Padang Panjang sebagai kota persinggahan. Untuk menuju Pasar Padang Panjang, pada umumnya masyarakat menggunakan kendaraan. Setiap kendaraan yang melakukan perjalanan pasti membutuhkan tempat berhenti baik di awal maupun di akhir perjalanan.

Salah satu fasilitas untuk tempat kendaraan berhenti yaitu areal parkir. Permintaan akan parkir akibat pemenuhan kebutuhan sandang dan pangan

serta sebagai lokasi persinggahan juga terjadi di Pasar Padang Panjang. Pasar Pusat Padang Panjang tidak memiliki lahan yang khusus diperuntukan untuk parkir kendaraan, sehingga pengaturan parkir hanya memanfaatkan lahan-lahan kosong yang ada di sekitar lokasi pasar atau menggunakan badan jalan (on street parking). Hal ini menyebabkan terjadi kemacetan pada beberapa ruas jalan.

Pasar Pusat Padang Panjang memiliki Luas 1.010.880 m². Dan Pasar Padang Panjang memiliki fasilitas empat klaster kios terdiri dari 787 unit dan lima klaster los berjumlah 486 unit.

Tabel 1.1
Tabel keterangan Sewa Kios

Biaya Sewa Kios		
Tipe	Biaya/meter	Keterangan
Klaster I	90.000/meter	Pakaian, Sepatu, Kasur, Apotik, Buku.
Klaster II	75.000/meter	Jilbab, Toko Baju bayi, Textil.
Klaster III	70.000/meter	Jam, Pecah belah, Perkantoran, Mainan.
Klaster IV	50.000/meter	Kue kering, P&D, Salon, Makanan/Minuman, Jahit/Tailor.

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

Tabel 1.2
Tabel keterangan Sewa Los

Biaya Sewa Los		
Tipe	Luas/meter	Keterangan
Los A	50.000/meter	Daging
Los B	40.000/meter	Ayam
Los B	40.000/meter	Ikan Basah
Los B	35.000/meter	Ikan Kering
Los C	30.000/meter	Lainnya

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

Bangunan pada Pasar Pusat Padang Panjang terdapat 3 tingkat gedung utama, yang terdiri dari lantai 1 menjual kebutuhan pokok sehari-hari (sembako), pada lantai 2 dan lantai 3 yang menjual pakaian, sepatu dan aksesoris lainnya.

Hasil observasi awal penulis berdasarkan wawancara terhadap pengunjung banyak keluhan seperti “para pengunjung belum nyaman mengunjungi Pasar Pusat Padang Panjang karena merasa bingung mengenai letak toko yang tidak sesuai dengan komoditi nya, dan kurangnya fasilitas seperti WC yang bersih, dan petunjuk yang jelas serta ruang parkir yang tidak memadai”(Yulianis, Desember 2019). Sebagian mengatakan lebih baik belanja di daerah luar pasar yaitu pedagang kaki lima, dan ruko diluar pasar karena merasa kurang nyaman untuk mengitari gedung Pasar Pusat Padang Panjang” (Yarsagita, Desember 2019).

Dari hasil wawancara kepada para pedagang Pasar Padang Panjang, ia mengatakan salah satu keluhan yang banyak disampaikan yaitu masih sedikitnya pengunjung dikarenakan belum tersedia jalan masuk yang nyaman bagi calon pembeli ke bangunan pasar. (Buyung, Januari 2020). Keluhan

lainnya yaitu masih ada bagian yang terkena rembesan air jika hujan turun dan kondisi kamar mandi tanpa air dan belum layak digunakan (Izzah, Januari 2020).

Di samping itu, para pedagang pasar Padang Panjang juga banyak yang mengeluh dan menyampaikan aspirasinya pada saat Walikota Padang Panjang, H. Fadly Amran, BBA Datuak Panduko Malano mengunjungi Pasar Padang Panjang guna menyerap aspirasi masyarakat pasar serta melihat langsung permasalahan di lapangan, Selasa (14/01). Diantaranya para pedagang mengeluhkan persoalan para pedagang yang belum seutuhnya masuk ke dalam pasar, kemudian masih banyak toko-toko yang belum dibuka oleh pemiliknya khususnya yang berada pada lantai dua dan lantai tiga, sehingga membuat orang-orang enggan berbelanja ke lantai dua dan lantai tiga. Ada juga persoalan posisi toko yang tidak sesuai antara komoditi satu dengan lainnya. (Feri Indra, Januari 2020)

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Manajemen Tata Letak (Layout) Gedung dan Fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang.**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, fokus penelitian dalam pembahasan ini adalah tata letak (layout) gedung dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah bagaimana tata letak (layout) gedung dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis untuk mengetahui manajemen tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas dalam meningkatkan jumlah pengunjung Pasar Padang Panjang
- b. Sebagai sumbangan pemikiran terhadap almamater sekaligus tambahan bacaan di perpustakaan IAIN Batusangkar
- c. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang manajemen syariah
- d. Sebagai pengembangan ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah/ Manajemen Syariah

2. Luaran penelitian

Agar penelitian ini kelak dapat dijadikan sumbangan pustaka dalam ilmu ekonomi Islam dalam manajemen syariah dan sebagai kontribusi dalam peningkatan manajemen dalam mengelola Pasar Pusat Padang.

F. Definisi Operasional

Tata letak adalah susunan fasilitas operasional perusahaan baik yang ada di dalam bangunan maupun di luar bangunan. Tata letak yang penulis maksud adalah tata letak yang dimulai dari gerbang masuk sampai bangunan yang ada di Pasar Pusat Padang Panjang.

Bangunan Gedung adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukannya, sebagian atau seluruhnya berada

di atas dan/atau di dalam tanah dan/atau air, yang berfungsi sebagai tempat manusia melakukan kegiatannya, baik untuk tempat tinggal, kegiatan keagamaan, kegiatan usaha, kegiatan sosial, budaya, maupun kegiatan khusus.

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas yang dimaksud penulis adalah fasilitas yang diberikan dalam melengkapi Pasar agar banyak minat pengunjung Pasar Pusat Padang Panjang.

Pasar sebagai suatu bentuk pelayanan umum tempat terjadinya transaksi jual beli barang bagi masyarakat, pasar merupakan salah satu cerminan perekonomian dan sosial budaya setiap komunitas di dunia.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Manajemen Operasional

Manajemen Operasional adalah sebagai serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output (Heizer, Render, & Munson, 2017). Pengertian Operasi manajemen juga di perkuat oleh Reid dan Sanders yang menyebutkan manajemen operasi adalah fungsi bisnis yang bertanggung jawab untuk perencanaan, koordinasi, dan pengendalian, serta sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang dan jasa sebuah perusahaan. Pernyataan lain yang menyebutkan Manajemen operasi adalah mendesain, mengoperasikan serta memperbaiki sistem produktif (Russell & Taylor, 2011)

Manajemen Operasi dirumuskan sebagai desain, pengoperasian dan penyempurnaan sistem dalam menciptakan dan menyerahkan suatu produk utama perusahaan (Assauri, 2014).

Manajemen operasional menurut Murfidin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin adalah kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan pengkoordinasian, penggerakan, dan pengendalian aktivitas organisasi atau perusahaan bisnis atau jasa yang berhubungan dengan proses pengelolaan masukan menjadi keluaran dengan nilai tambah yang lebih besar (Nurnajamuddin, 2007).

Manajemen operasional merupakan kegiatan untuk mengatur atau mengelola secara optimal/manajemen pengolahan sumber daya dalam proses transformasi (Hatani, 2008). Menurut Haizer dan Render

manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas untuk menciptakan nilai barang/jasa melalui transformasi *input* menjadi *output*. (Hatani, 2008)

Adapun fungsi manajemen operasi dan produksi adalah :

a. Perencanaan

Perencanaan meliputi seluruh kegiatan mulai dari penentuan jenis barang atau jasa yang akan dibuat, perencanaan pengadaan dan penanganan, sumber daya sumber daya yang akan diolah, penentuan jumlah dan jenis, serta penataan letak (*layout*) mesin-mesin dan peralatan yang akan digunakan.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian meliputi seluruh kegiatan penentuan jumlah dan jenis sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk melaksanakan setiap kegiatan, penentuan susunan organisasi yaitu penentuan hubungan antara setiap orang dengan orang lainnya di dalam organisasi.

c. Penelaahan

Penelaahan meliputi seluruh kegiatan untuk mendapatkan keterangan tentang setiap kegiatan yang dilaksanakan di dalam kegiatan operasi dan produksi. Penelaahan akan membantu pemimpin untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan seluruh kegiatan dari segala sisi.

d. Pengawasan

Pengawasan meliputi seluruh kegiatan yang dimaksudkan untuk mengarahkan dan menjamin agar berbagai kegiatan yang sudah dan sedang dilaksanakan sudah sesuai dengan apa yang direncanakan.

2. Tata Letak (*Layout*) dan Fasilitas

Tata letak (*lay-out*) adalah suatu proses dalam menentukan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi. *Lay-out* dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi sehingga efisiensi operasi dapat tercapai. Tujuan penentuan *lay-out* adalah optimalisasi pengaturan fasilitas-fasilitas operasi sehingga nilai yang diciptakan oleh sistem produksi menjadi optimal. Keuntungan yang diperoleh dengan adanya penentuan *lay-out*:

- a. Memberikan ruang gerak yang memadahi untuk beraktivitas dan pemeliharaan.
- b. Efisiensi pemakaian ruangan.
- c. Biaya investasi dan produksi bisa dikurangi.
- d. Kelancaran aliran material.
- e. Efisiensi biaya pengangkutan material dan barang jadi.
- f. Kebutuhan persediaan yang rendah.
- g. Adanya kenyamanan, kesehatan dan keselamatan kerja yang lebih baik (Sucipto, 2010, hal. 95)

Berikut merupakan penyebab melakukan perancangan tata letak fasilitas (Winarno, 2015) :

- a. Perubahan rancangan produk yang mencolok dari produk lama, dikarenakan rancangan produk lama sudah tidak diminati pasar
- b. Adanya produk baru.
- c. Adanya perubahan kapasitas produksi yang besar.
- d. Sering terjadinya kecelakaan proses produksi.
- e. Lingkungan kerja yang tidak memuaskan atau tidak sehat.
- f. Pemindahan tempat perusahaan atau konsentrasi terhadap pasar baru.
- g. Penghematan biaya

Layout adalah cara penempatan fasilitas-fasilitas produksi guna memperlancar proses produksi yang efektif dan efisien. Tata letak merupakan salah satu keputusan yang menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang. Tata letak memiliki implikasi strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses fleksibilitas, dan biaya, kontak konsumen, citra perusahaan serta kualitas lingkungan kerja.(Hatani, 2008)

Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisien produk/operasi. *Layout* dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi sehingga dapat dicapai efisiensi operasi (Kasmir dan Jakfar 2006).

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan layout ruangan adalah :

- a. Hubungan kegiatan, artinya kegiatan–kegiatan yang saling berhubungan sebaiknya didekatkan.
- b. Hubungan luas ruangan, artinya ruangan suatu kegiatan yang berhubungan dengan ruangan kegiatan lain disusun sedemikian rupa sehingga merupakan suatu alokasi peletakan ruangan yang kompak.
- c. Susun dalam suatu gambar alokasi diagram peletakan ruangan.
- d. Gambaran alir bahan (Material flow) untuk menunjukkan arah alir barang selama proses produksi dalam suatu sistem peletakan ruangan (Jumingan, 2014)

Pengertian *plant layout* adalah susunan letak fasilitas operasional perusahaan baik yang ada di dalam bangunan maupun di luar (Tampubolon, 2004). Sedangkan menurut Sofjan Assauri *plant layout* adalah fase yang termasuk dalam desain dari suatu produksi.(Assauri, Manajemen Produksi dan Operasi , 2004).

3. Macam-macam Tata Letak (*layout*)

a. Tata letak posisi tetap (*fixed position layout*)

Jenis tata letak ini, material atau komponen/produk utamanya tinggal tetap pada posisinya sedangkan sarana produksi bergerak menuju lokasi material dengan jenis volume produksi rendah. Tata letak jenis ini sering digunakan untuk membentuk produk dengan ukuran besar.(Dosen, 2009)

Layout posisi tetap yakni meletakkan dalam satu tempat yang tetap dari produk yang hendak dibuat, dan alat-alat serta komponen lain yang diperlukan untuk proses produksi dibawa ke dalam tempat proses produksi tersebut dengan sama sekali tidak pernah memindahkan barang yang sedang dalam proses.(Husnan & Muhammad, 2000)

Layout jenis ini ditunjukkan pada proyek yang karena ukuran, bentuk atau hal-hal lain yang menyebabkan tidak mungkin untuk memindahkan produknya. Jadi produk tetap ditempat, sedangkan peralatan dan tenaga kerja yang mendatangi produk. Contohnya gedung, pembuatan kapal.(Kasmir & Jakfar, 2006)

b. Tata letak proses (*process layout*)

Pengaturan tata letak dengan cara menempatkan segala mesin/peralatan yang memiliki tipe/jenis sama ke dalam satu departemen. Jenis tata letak proses sangat cocok untuk industri yang sifatnya menerima *job order* dengan jenis produk dapat bervariasi/jenis produk banyak dan volume produksi sangat rendah. Pada umumnya industri kecil lebih cocok menggunakan jenis tata letak seperti ini.(Dosen, 2009)

Layout jenis ini didasarkan pada proses produksi barang atau pelayanan jasa. Biasanya *layout* jenis ini dapat secara bersamaan

menangani suatu produk atau jasa yang berbeda. Contohnya rumah sakit.(Kasmir & Jakfar, 2006)

c. Tata letak produk (*product layout*)

Tata letak produk artinya pengaturan tata letak mesin dan fasilitas produksi dalam suatu kelompok yang berdasarkan atas urutan-urutan proses produksi dalam membuat suatu barang. (Sucipto, Analisis Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif fan Studi Kasus), 2010)

Tata letak produk berdasarkan produk umumnya digunakan untuk pabrik yang memproduksi satu macam produk atau kelompok produk (variasi rendah) dengan jumlah yang banyak secara terus menerus dalam waktu produksi yang lama. Digunakan untuk industri/perusahaan yang membuat produk secara massal dalam waktu relatif panjang dan tidak tergantung pesanan.(Dosen, 2009)

Layout jenis ini mencari pemanfaatan personal dan mesin yang terbaik dalam produksi berulang-ulang dan berlanjut atau kontinyu. Biasanya *layout* ini cocok apabila proses produksinya telah distandarisasikan serta diproduksi dalam jumlah yang besar. Setiap produk akan melewati tahapan operasi yang sama dari awal sampe akhir.(Kasmir & Jakfar, 2006)

d. Tata letak kantor (*Office Layout*)

Tata letak kantor adalah cara mengelompokkan pekerja, perlengkapan mereka, dan ruangan dengan mempertimbangkan kenyamanan, keamanan, dan pergerakan informasi. Tata letak kantor terus mengalami perubahan akibat perubahan teknologi yang berlangsung di masyarakat juga ikut mengubah fungsi kantor.(Heizer & Render, Manajemen Operasi, 2009)

Tata letak kantor bertujuan untuk menentukan posisi karyawan dan peralatan agar menjamin kelancaran arus pekerjaan dan komunikasi antara semua pegawai dan manajer yang ada. Tata letak

kantor modern difokuskan pada keterbukaan dan fleksibilitas yang tinggi.

Ruangan kerja setiap karyawan harus disesuaikan luasnya dengan volume pekerjaannya. Dengan cara demikian, ruangan yang tersedia akan terpakai secara efisien. Karyawan dituntut untuk dapat bekerja secara produktif dan efektif.(Heizer & Render, Manajemen Operasi, 2009)

Layout jenis ini berkaitan dengan *layout* posisi pekerja, peralatan kerja, tempat yang diperuntukkan untuk perpindahan informasi. Jika perpindahan informasi semuanya diselesaikan dengan telepon/ alat telekomunikasi, masalah *layout* akan sangat mudah, jika perpindahan orang dan dokumen dilakukan secara alamiah *layout* perlu dipertimbangan dengan matang.(Kasmir & Jakfar, 2006)

e. Tata letak retail (*Retail Layout*)

Yaitu *layout* yang berkenaan dengan peraturan dan lokasi tempat serta arus bermacam produk atau barang agar lebih banyak barang yang dipajang sehingga lebih besar penjualannya.(Kasmir & Jakfar, 2006)

Tata letak retail adalah tata letak dari usaha eceran besar, seperti *departement store*, dan *supermarket*. Tata letak harus memperhitungkan selera dan persepsi pelanggan. Tata letak harus menjamin semua pengunjung atau pelanggan akan merasa lega berada di dalam bangunan, udara sejuk, cahaya lampu terang, pajangan barang memiliki daya tarik, mudah dijangkau, menjamin keleluasaan bagi semua pelanggan untuk bergerak, loket pembayaran cukup tersedia sehingga tidak perlu antre lama, alunan musik yang lembut dan sebagainya.

f. Tata letak gudang (*Warehouse Layout*)

Tujuan tata letak gudang adalah menentukan titik optimal di antara biaya penanganan bahan biaya-biaya yang berkaitan dengan luas ruangan dalam gudang.(Heizer & Render, Manajemen Operasi, 2009)

Layout ini ditunjukkan pada efisiensi biaya penanganan gudang dan memaksimalkan pemanfaatan ruang gudang. Jadi tujuan dari *layout* ini adalah untuk memperoleh optimum trade-off antara biaya penanganan dan ruang gudang. (Kasmir & Jakfar, 2006)

4. Tujuan Tata Letak

Secara garis besar tujuan utama dari tata letak ialah mengatur area kerja dan segala fasilitas produksi yang paling ekonomis untuk beroperasi produksi aman dan nyaman, sehingga akan dapat menaikkan moral kerja dan performance dari operator. Lebih spesifik lagi tata letak yang baik akan dapat memberikan keuntungan dalam sistem produksi, yaitu antara lain sebagai berikut :

a. Menaikkan *output* produksi

Suatu tata letak yang baik akan memberikan keluaran (*Output*) yang lebih besar atau lebih sedikit, *man hours* yang lebih kecil, atau mengurangi jam kerja mesin (*machinehours*)

b. Mengurangi waktu tunggu (*delay*)

Mengatur keseimbangan antara waktu operasi produksi dan beban dari masing-masing departemen atau mesin adalah bagian kerja dari mereka yang bertanggung jawab terhadap desain tata letak pabrik. Pengaturan tata letak yang terkoordinir dan terencana baik akan dapat mengurangi waktu tunggu (*delay*) yang berlebihan

c. Mengurangi proses pemindahan bahan (*material handling*)

Proses perencanaan dan perancangan tata letak pabrik akan lebih menekankan desainnya pada usaha-usaha memindahkan aktifitas-aktifitas pemindahan bahan pada saat proses produksi berlangsung.

d. Penghematan penggunaan areal untuk produksi, gudang dan *service*

Jalan lintas, material yang menumpuk, jarak antara mesin-mesin yang berlebihan, dan lain-lain semuanya akan menambah area yang dibutuhkan untuk pabrik

e. Pendayagunaan yang lebih besar dari pemakaian mesin, tenaga kerja, dan atau fasilitas lainnya

Faktor-faktor pemanfaatan mesin, tenaga kerja, dan lain-lain adalah erat kaitannya dengan biaya produksi. Suatu tata letak yang terencana dengan baik akan banyak membantu pendayagunaan elemen-elemen produksi secara lebih efektif dan efisien. (Suharyadi, 2007)

5. Ciri-ciri Tata Letak Yang Baik

Dalam mendesain tata letak fasilitas, ditentukan ukuran dimana sebuah tata letak dikatakan sudah baik dengan beberapa ciri-ciri:

- a. Keterkaitan kegiatan terencana, kriteria demikian umumnya diukur secara kualitatif menggunakan skor atau kuantitatif menggunakan frekuensi perpindahan. Keterkaitan kegiatan yang terencana bertujuan menjaga kelancaran dan kemudahan kegiatan proses produksi dan pendukung lainnya.
- b. Pola aliran material terencana, hal demikian terkait dengan pergerakan material dari satu proses ke proses lainnya. Tujuannya adalah aliran tidak melompat atau mundur, namun kurang ekonomis bila dipenuhi karena membutuhkan investasi yang relatif cukup besar. Secara fisik, pola aliran material yang terencana akan terlihat mengalir dengan lancar tanpa terjadi bentrokan pada sebuah lintasan yang bersilang. (Dosen, 2009)
- c. Aliran yang lurus, pergerakan material dari satu proses ke proses lainnya diharapkan lurus, karena mengurangi resiko kerusakanpun

- merupakan upaya memperpendek jarak perpindahan. Pada praktiknya, ciri ini sulit dipenuhi karena ketersediaan ruangan. (Dosen, 2009)
- d. Langkah balik (*backtrack*) minimum, hal demikian terkait dengan jarak perpindahan material. Kemudian, akibat adanya langkah balik akan mengganggu pergerakan maju material. (Dosen, 2009)
 - e. Jalur aliran tambahan, perubahan desain produk atau perubahan proses menuntut fleksibilitas fasilitas. Adanya jalur aliran tambahan bertujuan meningkatkan fleksibilitas. Hal demikian merupakan bagian kajian jumlah mesin atau peralatan. (Dosen, 2009)
 - f. Gang yang lurus, gang merupakan luasan yang disediakan untuk memfasilitasi perpindahan material. Gang yang lurus bertujuan mempermudah kelancaran aliran material. Perencanaan gang merupakan bagian perencanaan luas lantai. (Dosen, 2009)
 - g. Perpindahan antar operasi minimum, perpindahan barang adalah mubazir namun tidak bisa dihindari. Karena perpindahan sebagai *waste*, maka operasi perlu diminimumkan. Pada umumnya, tujuan dicapai dengan menggabungkan operasi, sehingga waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan produk bisa minimum pula. (Dosen, 2009)
 - h. Metode pemindahan yang terencana, pemilihan peralatan pemindahan material sangat menentukan kelancaran pemindahan material yang efektif dan efisien. Penentuan tipe pemindahan material secara manual atau memakai alat bantu bahkan otomatis merupakan proses mendesain metode pemindahan yang terencana. Metode pemindahan yang terencana akan menjaga kualitas material yang dipindahkan. (Dosen, 2009)
 - i. Jarak pemindahan minimum, kriteria total jarak yang umum ingin dicapai dalam setiap desain tata letak. Total jarak mempresentasikan biaya pemindahan dan keteraturan aliran material. (Dosen, 2009)

- j. Proses digabung dengan pemindahan material. Inti tujuannya adalah meminimalisir waktu produksi. Penggabungan dapat dilakukan pada saat mendesain metode kerja sebuah proses. Penetapan peta-peta kerja sangat berperan untuk mencapai hal ini. (Dosen, 2009)
- k. Pemindahan bergerak dari penerimaan menuju pengiriman, kelancaran pergerakan material sangat ditentukan awal dan akhir pergerakan material. Awal pergerakan material adalah digudang material baku dan diakhiri di gudang jadi. Pengelolaan pergerakan dapat dicapai dalam menentukan pola umum aliran material yang sesuai dengan kondisi areal pabrik yang tersedia. (Dosen, 2009)
- l. Operasi pertama dekat dengan penerimaan. Kedekatan penerimaan dengan operasi pertama bertujuan menghemat pemakaian ruang dan memperpendek jarak perpindahan material. (Dosen, 2009)
- m. Penyimpanan pada tempat pemakaian jika mungkin, material yang akan diproses disimpan pada area kerja bertujuan mempermudah proses dan memperpendek waktu produksi. (Dosen, 2009)
- n. Tata letak fleksibel, apabila terjadi perubahan, baik dari sudut volume maupun penambahan tipe produk, maka tata letak yang baik haruslah mampu memfasilitasinya. (Dosen, 2009)
- o. Mampu mengakomodasi rencana perluasan di masa datang, penambahan jumlah mesin memberi konsekuensi perluasan kebutuhan ruang. Dalam perencanaan luas lantai, kemungkinan adanya perluasan ruangan akan dipertimbangkan. Sehingga implementasi kebijakan strategi manajemen dapat difasilitasi. (Dosen, 2009)

6. Keuntungan adanya *Layout*

Dengan adanya *layout* akan diperoleh berbagai keuntungan antara lain sebagai berikut :

- a. Memberikan ruang gerak yang memadai untuk beraktivitas dan pemeliharaan
- b. Pemakaian ruang yang efisien
- c. Mengurangi biaya produksi maupun investasi
- d. Aliran material menjadi lancar
- e. Biaya pengangkutan material dan barang jadi yang rendah
- f. Kebutuhan persediaan yang rendah
- g. Memberikan kenyamanan, kesehatan dan keselamatan kerja yang lebih baik. (Kasmir & Jakfar, 2006)

7. Desain *Layout* dan Fasilitas

Manajemen produksi dan operasi mencakup penyediaan dan pemeliharaan bangunan-bangunan dan berbagai pelayanan yang dibutuhkan untuk menempatkan, menyimpan, melindungi dan melayani orang-orang dan mesin-mesin yang digunakan untuk membuat berbagai produk dan menyediakan berbagai jasa. Sebagaimana pembuatan desain dan konstruksi diperlukan perhatian manajerial dan setelah berjalan usaha manajerial berfungsi untuk menjaga agar bangunan dan fasilitas lainnya beroperasi secara efektif. (Handoko, 2012)

Tugas pokok fasilitas-fasilitas tersebut adalah untuk melindungi operasi-operasi *manufacturing* dan pelayanan operasi. Tetapi, disamping itu penting dilindungi dan dipertimbangkan beraneka ragam fasilitas-fasilitas pendukung operasi lainnya, yang mungkin mengambil separuh luas ruang, seperti misalnya gang-gang, tangga-tangga, kantor, cafeteria, ruang peralatan, gudang persediaan, ruang istirahat, kamar mandi, stasiun pemberian perintah, dan rak-rak kartu kerja.

Desain bangunan hendaknya meliputi dan mempertimbangkan juga kebutuhan akan telephone, sistem intercom, pusat data computer, ventilasi, jaringan listrik dan penerangan, proses penjernihan, pengaliran, pendinginan air, pengaturan suhu udara, dan mungkin AC. Sebagian besar diantara fasilitas-fasilitas ini memerlukan kabel-kabel, saluran atau pipa-pipa. Diluar bangunan, ada kebutuhan tempat parkir, tempat penerimaan dan pengiriman barang bagi berbagai jenis alat pengangkut yang digunakan serta tempat penimbunan bahan-bahan lain. Daftar pertimbangan ini bisa dilanjutkan sangat panjang.(Handoko, 2012)

Fasilitas-fasilitas pelayanan ini persis dengan yang ada di rumah tangga, tidak seorangpun memikirkannya selama semua fasilitas bekerja dengan baik.Tapi bila menyimpang dari seharusnya, fasilitas-fasilitas tersebut menjadi sangat penting dan menyita perhatian.Bangunan dan fasilitas-fasilitasnya kadang-kadang disusun secara jelek, sehingga mengurangi efisiensi operasi. Bangunan yang tinggi dengan beberapa lantai yang jelek, atap yang terlalu rendah, gang-gang terlalu sempit, dan sebagainya akan mengganggu produksi yang efisien dan menaikkan biaya-biaya penanganan bahan.

Fasilitas-fasilitas produktif hendaknya fleksibel dan dapat menyesuaikan secara mudah dengan perubahan-perubahan operasi. Beberapa hal yang dapat membantu adalah:

- a. Atap cukup tinggi untuk *overhead conveyor* atau ruang pengendali dari atas, apakah dibutuhkan sekarang atau tidak,
- b. Gang-gang lebar (daerah terbuka antara baris-baris fasilitas operasi tembok),
- c. Ruang bagi listrik tegangan tinggi yang mungkin belum dibutuhkan sekarang (kemungkinan perluasan perusahaan),
- d. Daya tahan lantai yang cukup kuat untuk menyangga beban berat, dan bila mungkin,

- e. Mesin-mesin yang mudah digeser atau dipindahkan agar departemen-departemen dapat diperluas secara mudah.(Handoko, 2012)

8. *Layout* Fasilitas

Layout fasilitas harus dirancang untuk memungkinkan perpindahan yang ekonomis dari orang-orang dan bahan-bahan dalam berbagai proses dan operasi perusahaan. Jarak angkut hendaknya sependek mungkin dan pengambilan serta peletakan produk-produk dan peralatan-peralatan diminimumkan. Hal ini seharusnya menghasilkan minimisasi biaya penanganan dan transportasi, seperti juga penurunan waktu proses kerja dan mesin menganggur.(Handoko, 2012)

Penataan *layout* peralatan dan proses produk meliputi pengaturan letak fasilitas-fasilitas operasi termasuk mesin-mesin, personalia, bahan-bahan, perlengkapan untuk operasi, penanganan bahan (*material handling*), dan semua peralatan serta fasilitas untuk terlaksananya proses produksi dengan lancar dan efisien. Penentuan letak fasilitas-fasilitas produksi dalam pabrik erat hubungannya dengan pendirian bangunan pabrik (*building*).Sering *layout* terlebih dulu sedangkan bangunan menyesuaikan.

Bangunan yang sudah didirikan ini akan lebih mahal bila diubah, ini berarti harus melakukan *relayout* dengan adanya perubahan permintaan, penemuan produk baru, proses produksi baru, perubahan metoda kerja, fasilitas-fasilitas produksi yang “*out of date*”, kecelakaan-kecelakaan dalam proses produksi, lingkungan kerja yang terlalu pengap, dan sebagainya.(Handoko, 2012)

9. Metode-Metode *Layout*

Perusahaan-perusahaan yang membangun berbagai fasilitas baru sering menghabiskan dua atau tiga tahun dalam pekerjaan pendahuluan, dimana salah satu bagian penting adalah pencarian metoda-metoda yang lebih baik untuk digunakan dalam pabrik baru. Pembangunan suatu pabrik baru memberikan kesempatan untuk membuat tercapainya perbaikan-perbaikan. Dengan adanya *layout* baru memungkinkan pabrik untuk menghilangkan praktek-praktek pemborosan. Cara-cara menganalisa *layout*:

- a. Mulai dengan diagram perakitan (bagan proses) yang menunjukkan bagaimana proses produksi dari bahan mentah sampai produk akhir dilaksanakan.
- b. Memperhatikan produk dari sudut pandangan penanganan bahan (materials handling)
- c. Menggambar kebutuhan lantai (ruang) yang menunjukkan seluruh bagian-bagian tetap atau semi tetap, segala sesuatu yang tidak dapat diubah atau dipindah dengan mudah. (Handoko, 2012)

10. Jenis-jenis Bangunan

- a. Bangunan Berlantai Tunggal

Bentuk bangunan berlantai tunggal merupakan jenis yang paling umum sekarang. Bangunan ini dapat melebar atau memanjang sesuai kebutuhan dan dapat dengan mudah diperluas. Bangunan berlantai tunggal tidak mempunyai tangga-tangga, lift, atau lerengan yang menghubungkan lantai-lantai. Pengangkutan bahan-bahan dari saat tahapan proses ke tahapan berikutnya lebih mudah dan tidak mahal karena dilakukan secara horizontal dan tidak naik turun. Peralatan-peralatan berat dapat diletakkan diatas fondasi yang terpisah dan biaya pembangunannya lebih murah. (Handoko, 2012)

Ada beberapa kelemahan untuk bangunan berlantai tunggal. Bentuk bangunan ini memerlukan ruang dasar yang lebih luas, dan bila berbentuk datar serta tidak ada kaca pada langit-langit bangunan diperlukan penerangan *artificial* di hampir seluruh bagian pabrik. Sistem ventilasi dan pendingin udara biasanya juga diperlukan.

b. Bangunan Bertingkat dan Arsitektur

Perkembangan arsitektur fasilitas dapat mempunyai dampak penting pada struktur biaya tetap dan *variable* bangunan, seperti juga pada sikap para karyawan yang bekerja di dalamnya. Karena sifat banyak industri dan arena investasi tetap yang sangat besar pada pabrik fisik banyak organisasi telah mempergunakan pendekatan “kegunaan” terhadap bentuk dan desain fasilitas-fasilitas produksi mereka. (Handoko, 2012)

Bangunan juga dirancang untuk menarik para karyawan, agar motivasi dan produktivitas mereka lebih tinggi dalam pencapaian tujuan. Ini ditandai semakin meluasnya penggunaan karpet, dinding kayu, dan tata warna yang dikoordinasi secara baik dalam bangunan-bangunan kantor. Bangunan adalah salah satu fasilitas yang paling produktif.

11. Perencanaan Tata Ruang Kantor

Perencanaan tata ruang kantor merupakan penentuan susunan komponen fisik dan pekerjaan dalam satu kesatuan yang efisien. Perencanaan ini dilihat dari:

a. Lingkungan fisik kantor:

1) Warna

Pemilihan warna mempengaruhi kondisi kerja, selain mempunyai efek psikologis, pemilihan warna juga akan

mempunyai hubungan yang erat dengan sistem penataan penerangan dalam ruang

2) Penerangan

Penerangan dari ruang kerja merupakan faktor penting untuk meningkatkan produktivitas kerja para karyawan. Dengan penerangan yang baik para karyawan akan bekerja lebih baik, lebih teliti sehingga hasil kerja karyawan tersebut mempunyai kualitas yang lebih baik.

3) Suara

Dalam perusahaan seringkali menggunakan alat-alat kerja yang sistem operasinya menimbulkan suara bising. Misalnya suara mesin pabrik, suara diesel, suara alat ketik dan lainnya. Secara langsung suara bising akan berpengaruh buruk terhadap fisik karyawan, dan secara tidak langsung akan menurunkan prestasi kerja karyawan.

4) Musik

Penggunaan musik sangat mempengaruhi mood seseorang dalam bekerja, seperti halnya yang lagi sedih ketika mendengarkan musik yang bagus akan merasa bahagia dengan sendirinya, dan sebaliknya.

5) Udara

Udara yang baik atau bersih akan berpengaruh positif dalam meningkatkan produktivitas, kualitas kerja, kesehatan, serta semangat kerja. Selain itu udara yang bersih dan segar juga akan menimbulkan kesan yang baik untuk tamu. Hal-hal yang menyebabkan menurunnya kualitas udara dalam lingkungan kerja adalah pencemaran atau polusi. Sumber-sumber pencemaran udara bisa berasal dari asap kendaraan atau mesin-mesin pabrik, debu,

dan asap rokok. Pencemaran udara bisa juga berasal dari bau busuk limbah pabrik.(Maryati, 2014)

12. Unsur-Unsur Komunikasi

Ada beberapa kata kunci dalam mencermati definisi komunikasi. Kata kunci yang pertama adalah pengirim atau dalam bahasa komunikasi disebut sumber. Dalam komunikasi pemasaran, sumber adalah perusahaan/ produsen/ pemasar, manajer promosi, agen periklanan, staf penjualan dan juru bicara organisasi. Sumber mempunyai pesan yang akan ditransmisikan kepada penerimanya.

Kata kunci kedua adalah pesan yang diubah melalui proses *encoding* menjadi *signal*, yang biasa berupa signal verbal, misalnya dengan percakapan menggunakan bahasa tertentu, atau tulisan dan gambar yang bisa dibaca dan dilihat oleh konsumen, dan bisa berupa non verbal, seperti gerakan tubuh, bau/aroma, warna, sentuhan, dan lainnya.

Kata kunci berikutnya adalah penerima atau *audiens*. Penerima pesan menerima signal yang ditransmisikan oleh sumber kepadanya melalui proses *decoding*. Dalam komunikasi pemasaran, penerima pesan adalah konsumen sasaran sebagai individu-individu mempunyai latar belakang kepribadian, lingkungan dan gaya hidup yang berlainan. Komunikasi pemasaran ditujukan pada massa yang sifatnya sangat variatif. Agar komunikasi tersebut berhasil, pemasar harus benar-benar memahami kepribadian, sikap perilaku, kebiasaan dan segala sesuatu yang membentuk konsumen sasaran.

Faktor selanjutnya adalah media atau jalur komunikasi yang bisa berbentuk media impersonal (media massa) atau bisa juga berbentuk interpersonal yang berupa percakapan formal antar staf penjualan dengan konsumennya. Dewasa ini banyak pemasar yang mempunyai situs Web dengan maksud supaya konsumen dapat mengunjungi situs tersebut, dan

apabila mereka bertanya tentang produknya, pemasar dapat meresponnya.(Prasetijo & Ihalauw, 2005)

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Adapun peninjauan kepustakaan yang penulis lakukan adalah dengan melihat kepada skripsi dan tulisan terdahulu yang membahas tentang Tata letak dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu:

Jurnal Elmia Sesana Br Tarigan, NPM: 100318541 dengan judul “Evaluasi Tata Letak dan Kapasitas Parkir Kendaraan Sepeda Motor di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Kampus III Gedung BonaVentura”. Permasalahan yang diangkat Elmia adalah bagaimana akumulasi parkir dan perhitungan kapasitas parkir di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Kampus III Gedung BonaVentura. Penelitian Elmia adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode SRP dan bagaimana desain tata letak ruangan parkir kendaraan sepeda motor yang ideal di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Kampus III Gedung BonaVentura. Metodologi yang digunakan kuantitatif dengan metode SRP dengan jenis penelitian yang digunakan adalah observasi dan survey. Yang mana hasil penelitiannya adalah berdasarkan metode SRP ini dapat menggunakan lahan parkir dengan baik sehingga kapasitas lahan tetap mencukupi. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penulis menggunakan metode kualitatif sedangkan Elmia menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dengan peneliti penulis dengan Elmia adalah sama-sama membahas tentang tata letak.

Selanjutnya jurnal Achirul Oktaviani dengan judul Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffe Toffe* Jatim Expo Surabaya. Permasalahan yang diangkat adalah apakah *store atmosphere* mempengaruhi minat beli konsumen. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitiannya yaitu ada pengaruh antara *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen

di *coffe toffe* Jatim Expo Surabaya. Perbedaannya dengan penelitian penulis, kalau penulis meneliti tentang tata letak ruangan dan fasilitas sedangkan peneliti ini meneliti tentang *store atmosphere* yang merupakan salah satu bagian dari tata letak. Persamaan kedua penelitian ini adalah objek penelitian sama-sama tentang minat beli atau minat kunjung konsumen/ pengunjung.

Selanjutnya jurnal Thomas Dady Mahotama dengan judul Penataan Kembali Tata Letak Fasilitas Parkir Sepeda Motor di Stasiun Kereta Api Lempuyangan Yang Berorientasi Konsumen. Permasalahan yang diangkat adalah mengetahui karakteristik parkir dan membuat desain tata letak yang ideal agar memberikan kenyamanan bagi pengguna fasilitas parkir sepeda motor di Stasiun Kereta Api Lempuyangan. Metode penelitiannya adalah metode kuantitatif. Hasil penelitiannya bahwa fasilitas parkir SKA Lempuyangan tidak memiliki permasalahan dengan kapasitas parkir yang ada. Perbedaan penelitian Thomas dengan penulis yaitu, penelitian Thomas membahas tentang tata letak dan fasilitas parkir terhadap kapasitas ruangan, sedangkan penelitian penulis membahas tentang tata letak ruangan dan fasilitas dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Persamaan penelitian Thomas dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang fasilitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Creswell menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data seting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan kedalam struktur yang *flexible*.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Adapun latar atau tempat penelitian adalah di Pasar Pusat Padang Panjang. Waktu yang penulis lakukan pada penelitian ini adalah dimulai bulan Desember sampai Juni 2020

Tabel 3.1

Tabel Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu pelaksanaan (2019-2020)							
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penyusunan Proposal Penelitian	■	■						
2	Bimbingan Proposal Penelitian			■					
3	Seminar Proposal				■	■			
4	Perbaikan setelah seminar					■			
5	Pengumpulan data penelitian						■		
6	Bimbingan Skripsi						■		
7	Munaqasah							■	

Sumber : Olahan sendiri

C. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan menggunakan beberapa alat pendukung. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, peneliti berperan untuk menentukan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, menganalisis data dan menyimpulkannya (Sugiono 2014).

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek penelitian yang dimanfaatkan untuk mencari informasi tentang situasi dan kondisi penelitian, jadi sumber data yang penulis gunakan adalah :

1. Sumber data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono 2014). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pegawai UPTD. Pengelolaan Pasar Padang Panjang.
2. Sumber Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan atau melalui dokumen, seperti pendapat pengunjung serta pedagang Pasar Pusat Padang Panjang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode yaitu:

1. Wawancara

Wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara tak berstruktur. Dalam *Day in the field*, Mallinowski menunjukkan sangat pentingnya wawancara tak berstruktur dalam melakukan penelitian lapangan dibanding wawancara berstruktur yang memiliki dua kelemahan yang diistilahkannya *capital offense*. Di samping itu, apabila esensi interaksi dalam wawancara lebih berfungsi untuk mencari pemahaman dibanding menjelaskan, maka harus digunakan wawancara tak berstruktur.

Teknik ini dilakukan untuk mengetahui tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang. Dalam penelitian ini penulis mewawancarai pengunjung dan pedagang Pasar Pusat Padang Panjang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut.

Metode dokumentasi ini dilakukan untuk memperoleh data tertulis yang tersimpan dan di dalamnya mencakup informasi-informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk melengkapi data tentang kondisi di Pasar Pusat Padang panjang.

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, penulis akan mengolah dan menganalisis untuk melihat bagaimana manajemen tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang. Semua data yang terkumpul akan dibahas di dalam masalah yang diajukan dan membagi hal tersebut dalam dua kelompok, yaitu: *pertama* Penataan tata letak (*layout*) gedung di Pasar Pusat Padang panjang, *kedua* Penyediaan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang Sehingga masalah penelitian ini dapat terpecahkan. Manajemen dalam penelitian ini adalah manajemen operasional dalam Tata Letak (*layout*) ruangan serta Fasilitas pada Pasar Padang Panjang, dan kemudian penulis akan mengelolanya dengan teknik analisis *deskriptif* dengan pendekatan kualitatif.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Adapun teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini yang penulis gunakan adalah triangulasi. Triangulasi teknik dalam penelitian untuk menguji kredibilitas/ kepercayaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada awalnya penulis memperoleh data dengan cara wawancara, lalu dicek dengan observasi, atau dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Sejarah Perkembangan Pasar Padang Panjang

Pasar sebagai salah satu kegiatan ekonomi merupakan sarana untuk melihat hubungan masyarakat dengan aktivitas ekonomi. Di pasar para pedagang dan pembeli bertemu untuk saling menawarkan hasil perdagangan. Keinginan pembeli untuk memperoleh barang dan jasa, serta keinginan pedagang untuk memperoleh untung, sehingga ditemukan hampir disetiap daerah Minangkabau terdapat pasar, mulai dari yang pasar tradisional sampai pasar modern.

Pasar tradisional dicirikan dengan terdapatnya hubungan antara pedagang dan pembeli secara langsung. Hubungan pedagang dan pembeli terjadi secara spontan. Tawar-menawar secara terang-terangan dan dengan transaksi yang jelas. Ciri ini terdapat pada pasar *nagari* yang dimiliki oleh nagari-nagari di Sumatra Barat, sebagai kesatuan wilayah hukum adat ditandai dengan adanya nagari sebagai wilayah otonom mempunyai harta kekayaan.

Pasar di Sumatera Barat dapat dikategorikan dalam beberapa hal antara lain: Pertama, Pasar tipe A yaitu pasar yang diadakan oleh satu nagari yang dikenal sebagai pasar nagari. Pasar ini dikendalikan oleh penghulu pasar (KAN). Biasanya dia adalah orang yang berkuasa di kampung tersebut. Dia ditunjuk karena lokasi tempat berdirinya pasar adalah tanah ulayatnya. Kepala administrasi pasar adalah seseorang yang berfungsi sebagai petinggi pasar yang berada dibawah pimpinan KAN. Tipe A juga dimasukan pasar yang dibangun di tanah kaum yang tidak diserahkan pada nagari. Secara umum keduanya setingkat, pada mulanya pasar tipe A adalah pasar nagari. Kedua, Pasar tipe B yaitu pasar nagari yang merupakan gabungan dari beberapa nagari yang berlokasi pada suatu tempat tertentu atau pada

salah satu nagari tersebut. Pasar ini dikepalai oleh suatu administrasi pasar atau penghulu pasar karena lokasi yang terletak pada suatu nagari yang dia pimpin. KAN tidak secara langsung memimpin pasar tetapi pasar diatur oleh komisi penasehat, KAN tidak mempunyai kekuatan secara langsung untuk mengatur pasar karena telah diatur oleh pemerintah setempat. Ketiga, Pasar tipe C yaitu pasar ini diklasifikasikan sama dengan pasar tradisional. Pasar ini secara langsung dikontrol oleh pemerintah daerah yang pengelolaannya dikelola langsung oleh Dinas Pasar. Pasar Tipe C ini dijalankan oleh Dinas Pasar yang bertanggung jawab pada Bupati dan Walikota. Pasar tradisional di Sumatera Barat khususnya Pasar Padang Panjang merupakan salah satu pasar tipe C.

Pada tanggal 17 Februari 1971 Pasar Padang Panjang dahulunya dikelola oleh Pasar Serikat C Padang Panjang Batipuh koto, dan selanjutnya Pasar serikat Padang Panjang Batipuh X koto diserahkan kepada pemerintah Kota Padang Panjang pada tgl 3 Maret 1984, kemudian berdasarkan PERDA Nomor 11 tahun 1984 Pasar Padang Panjang dikelola oleh Dinas Pasar. Pada akhirnya berdasarkan peraturan Walikota Padang Panjang nomor 41 tahun 2017 Pasar dikelola oleh UPTD Pengelolaan Pasar Padang Panjang.

Seiring berjalannya waktu Pemerintah Kota Padang Panjang pada tahun 2007/2008 mulai merencanakan dan mengeluarkan kebijakan mengubah Pasar Padang Panjang. Pembangunan pasar dibutuhkan karena beberapa hal : karena kondisi bangunan pasar yang sudah tua dan padat, karena tata letak kios pedagang tidak teratur mengakibatkan tidak meratanya pedagang dikunjungi pembeli, karena bencana kebakaran yang melanda pasar berulang kali, kurangnya faktor keamanan dan kenyamanan pasar dan kondisi kebersihan pasar yang tidak terjaga serta terbatasnya lahan parkir.

Pembangunan pasar juga diperlukan untuk meningkatkan taraf hidup pedagang dan daya tampungnya serta memajukan perekonomian wilayah. Pembangunan pasar memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat Kota Padang Panjang. Perkembangan pasar dapat menggali potensi yang ada di dalam pengelolaan keuangan sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah dan sumber-sumber keuangan lainnya untuk menunjang pelaksanaan pembangunan sehingga daerah dapat berkembang secaramandiri.

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Padang Panjang sudah berulang-ulang dikeluarkan, jauh sebelumnya sebagaimana menurut pernyataan Syailendra yang merupakan Ketua Persatuan Pedagang Pasar Padang Panjang (P5) menyatakan bahwa rencana pembangunan pasar telah ada sejak 1999 masa kepemimpinan walikota yang dahulu, namun tidak ada perkembangannya sehingga baru disepakati dan dibicarakan serius tentang peremajaan pasar ini pada tahun 2006.

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Padang Panjang bukan tanpa alasan, karena melihat kondisi pasar Padang Panjang yang sudah tidak mendukung dalam menunjang perekonomian masyarakat ditambah kondisi bangunan pasar yang sudah tua dan lahan yang sempit, kotor, semrawut, becek, lahan parkir yang sempit dan tidak memadai seperti pasar tradisional kebanyakannya. Kondisi tersebut diperparah dengan terjadinya kebakaran yang melanda pasar beberapa kali membuat bangunan dan lahannya sudah tidak layak dalam melakukan proses jualbeli.

Rencana Pemerintah Kota Padang Panjang membangun pasar ditentang oleh pedagang, pemilik los/kios dan penyewa yang ada di pasar Padang Panjang. Mereka membuat petisi keberatan terhadap rencana Pemerintah Kota tersebut. Petisi tersebut berisi tanda tangan para pedagang, pemilik los/kios, dan penyewa yang

nantinya disampaikan kepada dinas pasar, mereka menamainya petisi seribu dimana terdapat seribu kumpulan tanda tangan pedagang.

Pemerintah Kota Padang Panjang memberi respon dengan tetap melanjutkan rencana pembangunan pasar Padang Panjang. Hal ini bertujuan untuk menjadikan Pasar Padang Panjang sebagai sentra perekonomian bagi Kota Padang Panjang karena terletak didaerah yang strategis dan mewujudkan visi dan misi dari Kota Padang Panjang dalam rangka memuluskan RPMJP 2015. Selain itu seperti yang disampaikan oleh Walikota Padang Panjang, Hendri Arnis bahwa pembangunan harus dilaksanakan sebagai upaya perbaikan ekonomi masyarakat di Kota Padang Panjang (www.sumbarsatu.com diakses 21 Februari2016).

Adapun tujuan perbaikan pembangunan Gedung Pasar Pusat Padang Panjang antara lain :

- a. Menata ulang dan menyediakan fasilitas pasar secara menyeluruh sehingga tercipta pasar sehat dan tertata baik yang dapat menunjang serta menyesuaikan aktifitas lingkungan sekitarnya,
- b. Menyediakan pasar yang lebih tepat sebagai salah satu sarana penggerak perekonomian di Kota Padang Panjang,
- c. Dengan tersedianya pasar yang lebih baik, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian warga masyarakat Kota Padang Panjang secara menyeluruh.

Setelah melalui proses dan prosedur yang panjang akhirnya Pasar Padang Panjang diresmikan pada tanggal 11 Februari 2018 yang diresmikan langsung oleh Walikota terdahulu Bapak Hendri Arnis yang diberi nama Pasar Pusat Padang Panjang. Pada awal tahun 2019 Pasar Pusat Padang Panjang sudah mulai beroperasi dan ditempati oleh para pedagang khususnya masyarakat Kota Padang Panjang.



Gambar 4.1 Peresmian Pasar Pusat Padang Panjang Tahun 2018

2. Lokasi Pasar Pusat Padang Panjang

Pasar Pusat Padang Panjang berlokasi di Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Padang Panjang Barat, Provinsi Sumatera Barat. Pasar ini dibangun dengan Dana APBD Kota Padang Panjang dengan Tahun Anggaran 2016-2017 sebesar Rp. 106 Miliar.

Pasar Pusat Padang Panjang memiliki Luas lahan perdagangan sekitar 4 Ha, dengan Luas Gedung Pasar 2,4 H, yang terdiri dari 3 Tingkat gedung utama setiap tingkat gedung terdiri dari 3 blok, yaitu Blok A, Blok B, dan Blok C.

Batas-batas lahan lokasi pasar Padang Panjang adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah utara : Jl. Imam Bonjol
- b. Sebelah Selatan : Lingkungan pemukiman warga Desa Pasar Baru
- c. Sebelah Barat : Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA)
- d. Sebelah Timur : Jalan Khatib Sulaiman

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi UPTD. Dinas Pengelolaan Pasar Padang Panjang menggambarkan hubungan tanggung jawab dan wewenang yang ada pada suatu perusahaan. Susunan struktur organisasi UPTD. Pengelolaan Pasar Padang Panjang terdiri dari :

a. Kepala UPTD,

Tugas Kepala UPTD. Pengelolaan Pasar Padang Panjang :

- 1) merencanakan dan menyelenggarakan kebijakan teknis operasional di bidang pengelolaan pasar untuk mendukung pelaksanaan pembangunan perekonomian daerah dan masyarakat,
- 2) menyusun dan menyelenggarakan kebijakan teknis operasional pasar sesuai dengan Rencana strategi Dinas;
- 3) menyusun rencana operasional UPTD berdasarkan rencana strategis Dinas dan hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan tahun sebelumnya untuk pedoman pelaksanaan kegiatan agar terlaksana,
- 4) menyusun dan menyelenggarakan kebijakan teknis operasional keamanan dan ketertiban untuk menjamin kenyamanan pengunjung di lingkungan pasar;
- 5) melaksanakan pengawasan dan pengendalian terhadap pemanfaatan dan pemeliharaan sarana prasarana serta kegiatan penertiban, penindakan terhadap penyewa di pasar sesuai prosedur ketentuan berlaku;
- 6) menyelenggarakan kebijakan teknis pengelolaan urusan administrasi UPTD Pengelolaan Pasar untuk mendukung kelancaran operasional UPTD;
- 7) melaksanakan monitoring dan evaluasi terhadap permasalahan penyewa, keamanan dan ketertiban untuk peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat;
- 8) memberi petunjuk, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan agar pelaksanaan tugas sesuai dengan standar yang telah ditetapkan;
- 9) menyusun dan mengendalikan Standar Operasional Prosedur (SOP), Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) dan Standar Pelayanan Publik sesuai dengan ruang lingkupnya

- 10) melaksanakan tertib administrasi dan membuat laporan hasil pelaksanaan tugas sebagai pertanggungjawaban kepada atasan;
- 11) melaksanakan tugas dinas lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai bidang tugasnya.

b. Sub Bagian Tata Usaha,

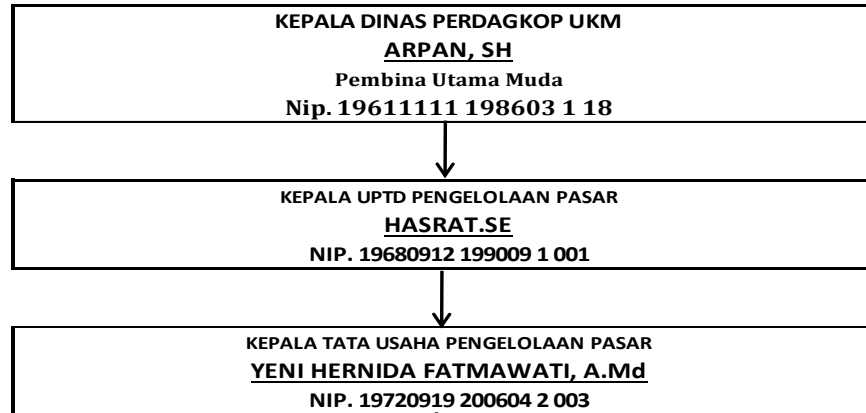
Tugas Sub Bagian Tata Usaha, yaitu :

- 1) Menghimpun dan mengolah peraturan perundang-undangan, pedoman, petunjuk teknis, data dan informasi serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan Ketatausahaan, Kepegawaian, Urusan Rumah Tangga, Perlengkapan, Keuangan, Pendataan, Evaluasi dan Pelaporan sebagai pedoman dan landasan kerja;
- 2) Menginventarisir permasalahan yang berhubungan dengan urusan Ketatausahaan, Kepegawaian, Urusan Rumah Tangga, Perlengkapan, Keuangan, Pendataan, Evaluasi dan Pelaporan serta menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah;
- 3) Menyusun rencana, program kerja dan anggaran berbasis kinerja berdasarkan tugas pokok dan fungsi UPTD Pengelolaan Pasar berpedoman kepada rencana strategis Dinas;
- 4) Melaksanakan administrasi persuratan pada UPTD Pengelolaan Pasar;
- 5) Melaksanakan dan memproses administrasi kepegawaian bagi PNSD dan Pegawai Harian di Lingkungan UPTD Pengelolaan Pasar;
- 6) Melaksanakan penatausahaan keuangan pada UPTD Pengelolaan Pasar;
- 7) Melaksanakan penatausahaan Barang Milik Daerah pada UPTD Pengelolaan Pasar;
- 8) Menjaga dan memelihara kebersihan, ketertiban, keindahan, kenyamanan, kelestarian, lingkungan dan keamanan UPTD Pengelolaan Pasar;

- 9) Mengkoordinasikan pembangunan dan pengembangan E-Government dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait;
 - 10) Mengumpulkan, menghimpun dan mengolah serta menyajikan data, informasi, sinkronisasi dan analisis data UPTD Pengelolaan Pasar;
 - 11) Menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP), Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP), Standar Pelayanan Publik sesuai dengan lingkup tugasnya;
 - 12) Membuat laporan kegiatan sebagai bahan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas;
 - 13) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.
- c. Kelompok Jabatan Fungsional

Tugas kelompok jabatan fungsional adalah merumuskan dan menyelenggarakan kebijakan teknis pendapatan, sarana dan prasarana dan pengelolaan pasar.

KOP DINAS PERDAGANGAN
STRUKTUR ORGANISASI DAN TATA UPTD PENGELOLAAN PASAR



FUNSIONAL UMUM	PETUGAS LAPANGAN				
	TENAGA KEAMANAN	TENAGA TEKNISI	TENAGA ADMINISTRASI	TENAGA RETRIBUSI	PETUGAS KEBERSIHAN
JERRY DWINANDA, S.Kom NIP. 19880503 201001 1 001	RONALD RICARDO	M. SYAFRIL	REZI ELZA BAKHRIZAL A.md	JONI PATRIA	HAMKA
RINALDI NIP. 19800120 200902 1 001	HENDRA CHANDRA	BUDI EKA PUTRA S.Kom	RIDHO ILLAHI SE	HANNES AURI	JENNEDI
ZULFIKAR NIP. 19800715 201001 1 006	DONI INDRA JAYA	RAHMAT HIDAYAT	ANITA ZAHARA S.pd	ARIF MULYASANI	DEDI WALPUTRA
ERDAWATI NIP. 19740103 200604 2 003	RUDI HERMAN	M.RAFFEL		ALBERT	NOFRINAL HENDRI
HASNI SUSANTI NIP. 19751124 200701 2 005	JEVRI MORY NOVIKA				SAHARUDIN
METI METRISNA A,md NIP. 19841116 200902 2 001	ARNOL BERLIAN KEFI S.Kom				RAHMAT WAHYUDI
	EKO RAMAWAHYU				M. RANDA
	BAYU OEMAR MUKTI				RONI SAPUTRA
	HENDRA SAPUTRA				RIKI JUNAIDI
	TOMMY				ABDI RAMADHAN
	YOGI PURWANTO				LISMADENI
	RISKI ARLIS				FITRIAWATI

4. Visi dan Misi UPTD. Pengelolaan Pasar Padang Panjang

a. Visi

Menuju Pasar Rakyat Bersih, Sehat, Aman dan Nyaman Yang Ber-SNI Pada Tahun 2023.

b. Misi

- 1) Meningkatkan Tata Kelola dan Pelayanan Pasar Yang Bernuansa Islami dan Berbasis IT
- 2) Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Sumber Daya Masyarakat di Pasar
- 3) Meningkatkan Jumlah Kunjungan dan Volume Perdagangan di Pasar

5. Dasar Hukum Pengelolaan Pasar Padang Panjang

- a. Peraturan Walikota Padang Panjang No. 41 Tahun 2017 Tentang Pembentukan, Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja UPTD Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang
- b. Peraturan Walikota Padang Panjang No. 37 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Pusat Kota Padang Panjang
- c. Keputusan Walikota Padang Panjang No. 138 Tahun 2018 Tentang Besaran Sewa Kios dan Los Pasar Pusat Padang Panjang

6. Kontrak Kerjasama Pengelolaan Pasar Dengan Pihak Ketiga

Pemerintah Daerah dalam mengelola pasar dapat melakukan kerjasama dengan pihak ketiga. Dasar pertimbangan melakukan kerjasama operasional pasar adalah sebagai berikut :

- a. Keterbatasan sumber daya manusia (pegawai) pasar dalam menjalankan kegiatan operasional pasar.
- b. Ketiadaan anggaran pembiayaan operasional harian pengelolaan pasar
- c. Terdapat perusahaan/lembaga lain yang terspesialisasi pada bidang tertentu, yang dapat menjalankan kegiatan operasional pasardengan

lebih efisien dan efektif serta memiliki output yang lebih baik, seperti :

- 1) Perusahaan yang bergerak di bidang jasa kebersihan
 - 2) Perusahaan yang bergerak di bidang jasa keamanan
 - 3) Perusahaan yang bergerak di bidang jasa parkir
- d. Upaya peningkatan pendapatan operasional pasar.

B. Pembahasan

1. Fisik Bangunan Pasar Pusat Padang Panjang

a. Kawasan Ruangan Gedung Pasar

Ruangan yang baik harus memiliki beberapa prinsip yang harus dipenuhi, seperti zonasi, sirkulasi, dan organisasi ruang. Zonasi adalah pengelompokan ruangan atau pendaerahan ruang. Pendaerahan dipengaruhi oleh hubungan atau pengorganisasian antar ruangan. Untuk mendapatkan komposisi ruangan yang baik, diperlukan kesatuan bagian-bagian dalam ruang. Kesatuan ini dapat diperoleh dengan pengaturan yang baik dan pandangan yang serasi. (Wahyuni, 2012, hal. 9)

Sirkulasi merupakan komponen-komponen pokok dari sistem sirkulasi bangunan sebagai unsur-unsur positif yang mempengaruhi persepsi kita tentang bentuk dan ruang bangunan. Unsur sirkulasi tersebut adalah pencapaian bangunan yang dipengaruhi oleh pandangan jarak, jalan masuk ke dalam bangunan yaitu sirkulasi dari luar ke dalam. (Wahyuni, 2012, hal. 9)

Pasar Pusat Padang Panjang dibangun menggunakan dana APBD Kota dan pada dasarnya didesain dan dibangun dengan pertimbangan keterpaduan dan kelayakan, ruang yang nyaman, fasilitas yang memadai, serta dibuat agar pengunjung dan pedagang merasa nyaman dengan gerbang utama yang dibuat seperti gedung pasar modern.



Gambar 4.2 Gerbang utama gedung Pasar Pusat Padang Panjang

Gerbang pasar harus dapat terlihat dari jalan utama, perlu adanya papan identitas pasar yang terletak di muka pasar dengan ukuran minimal 5 x 2 M. Jika pasar terletak di dalam komplek lingkungan, perlu ada tanda identitas pasar di jalan utama yang menunjukkan keberadaan pasar, bahkan jika dirasa perlu pemerintah wajib membuka akses pasar ke jalan umum (membangun sarana jalan atau menambah trayek angkutan umum menuju pasar).



Gambar 4.3 Tampak Samping Gedung Pasar

b. Kawasan kering

Kawasan kering adalah kawasan yang menjual produk-produk seperti pakaian, sepatu, aksesoris, kosmetik, dan sebagainya. Kawasan kering di Pasar Pusat Padang Panjang terletak pada lantai 2 dan lantai 3. Banyak keluhan para pedagang di kawasan ini, seperti yang dikatakan salah satu pedagang pakaian yang bernama ibu izzah yaitu :

“kalau dibanding sekarang dengan pasar dahulu sangat jauh berbeda pendapatan saya, mungkin karena letak kios yang saya dapat pun sangat tidak strategis, tapi saya lihat pedagang lain pun sama seperti saya. Mungkin memang pengunjung pasar yang sepi sehingga sangat berdampak bagi pedagang pasar”.

Dari pendapat yang dikatakan ibu izzah bahwasanya para pedagang banyak yang kurang puas mengenai letak yang mereka dapatkan sehingga pelanggan yang telah berlangganan pada dulunya hilang dan para pembeli sangat berkurang dari hari ke hari. Pendapat lain juga mengatakan para pedagang hanya mengandalkan hari raya sebagai pemasukan besar mereka.



Gambar 4.4 Kawasan kering (menjual pakaian)



Gambar 4.5 Kawasan kering (penjual sepatu)

c. Kawasan basah

Kawasan basah adalah kawasan yang menjual seperti ikan, udang, dan daging. Kawasan basah ini terletak pada lantai satu blok B. pada kawasan basah ini banyak juga keluhan dari para pengunjung pasar, seperti yang dikatan ibu yuli yaitu :

”kelemahan dari pasar padang panjang ini salah satunya yaitu pada los ikan dan daging sangat licin karena lantai yang dibuat itu dari keramik sedangkan los ikan dan daging kan basah dan berair jadi saya sangat tidak nyaman ketika melewati los tersebut”

Dari wawancara tersebut dapat dikatan bahwa kelemahan pasar salah satunya pada ruangan los ikan basah dan daging memiliki lantai yang licin sehingga sangat berbahaya bagi para pengunjung.



Gambar 4.6 kawasan basah (penjual ikan)



Gambar 4.7 kawasan basah (penjual daging)

- d. Kawasan penjual sejenis sayuran, buah-buahan, dan tanaman

Para penjual sejenis sayuran, buah-buahan, dan tanaman ini pada umumnya terletak di lantai 1 blok A.



Gambar 4.8 kawasan penjual sayuran, buah, dan tanaman

2. Prosedur Penempatan Pedagang

a. Pengelompokan Pedagang, ditetapkan sebagai berikut :

1) Kios Blok A

Tabel 4.1
Tabel Kios Blok A

Lantai	Jumlah Kios	Jenis Jualan
I	71	-Cabe / Rempah-rempah -Besi-besi/Peralatan tukang -Buku/alat tulis -Apotik/Rumah obat -Kasur, Karpét
II	182	-Pakaian Jadi -Sepatu Sandal -Tas, accessories -Bunga
III	99	-Perkantoran -kain dasar/textil -Pecah belah -Jam, alat olah raga
Jumlah	352	

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

2) Kios Blok B

Tabel 4.2
Tabel Kios Blok B

Lantai	Jumlah Kios	Jenis Jualan
I	-	-
II	140	-Pakaian Bayi,Jilbab -Kosmetik -Accessories, mainan -Kue kering, kerupuk -Beras, ikan kering, dll
III	140	-Jahit -Kain dasar/texstil,benang -Les foto -Salon/pangkas -Kantor Koperasi -Makanan/minuman
Jumlah	280	

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

3) Kios Blok C

Tabel 4.3
Tabel Kios Blok C

Lantai	Jumlah Kios	Jenis Jualan
I	--	--
II	120	-P&D -Kue kering/kerupuk
Jumlah	120	

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

4) Los Blok A,B, dan C (Semua di Lantai I)

Tabel 4.4
abel Los A,B,dan C

Blok	Jumlah Los	Jenis jualan
A	126	-Cabe/rempah -Sayur/Barang Mudo -Makanan/Minuman -Kue/Kerupuk
B	144	-Daging -Ikan Kering -Sayur/Barang mudo -Kelapa/Santan
C	160	-Ikan Basah -Ayam potong -Sayur/Barang Mudo -Beras.Telur/Kerupuk -Buah-Buahan, dll
Jumlah	430	

Sumber : UPTD.Pengelolaan Pasar Kota Padang Panjang

b. Prioritas Pendaftar

- 1) Prioritas 1 : pedagang yang membayar retribusi pemakaian petak kios/los, memiliki bukti kwitansi pembayaran atas nama dirinya dan merupakan pedagang aktif.
- 2) Prioritas 2 : pedagang yang membayar retribusi pemakaian petak kios/los, memiliki bukti kwitansi pembayaran bukan atas nama dirinya dan merupakan pedagang aktif.

- 3) Prioritas 3 : pedagang yang menyewa kepada pemegang wajib bayar (dibuktikan dengan perjanjian sewa) dan merupakan pedagang aktif.
- 4) Prioritas 4 : Pedagang baru (diluar prioritas 1,2 dan 3)

Adapun yang dimaksud dengan pedagang aktif adalah pedagang-pedagang yang tercatat berdagang sampai dengan saat bangunan pasar lama dibongkar. Catatan tersebut disediakan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM berdasarkan catatan Kantor Pengelolaan Pasar.

c. Ketentuan umum pendaftaran

- 1) Pedagang prioritas 1, 2 dan 3 wajib memiliki KTP Padang Panjang,
- 2) Pedagang prioritas 1, 2, dan 3 dibatasi mendaftar paling banyak untuk 2 kios/los,
- 3) Pedagang wajib menempatkan jenis dagangan dengan penzoningan yang ditentukan oleh pemerintah Kota Padang Panjang.

d. Prosedur penempatan dan penataan.

Penempatan pedagang dilakukan dengan 2 metode, yaitu: lelang dan pengundian. Tim Penempatan Pedagang melakukan lelang dan pengundian kepada pedagang untuk penempatan kios atau los. Selanjutnya Tim mengumumkan pedagang yang akan menempati kios atau los berdasarkan hasil lelang dan pengundian dengan keputusan Walikota.

1) Lelang Penempatan

Untuk menentukan pedagang yang akan menempati kios di posisi strategis dan kios eksklusif akan dilakukan secara lelang. Posisi strategis adalah posisi yang diperkirakan banyak diminati yang ditentukan oleh Tim Penempatan Pedagang. Penempatan lelang akan menempati sebanyak 253 Kios yang

terletak pada Lantai 1 dan Lantai 2 Blok A. Hasil lelang menjadi bagian dari Pendapatan Asli Daerah.

Tahapan lelang adalah sebagai berikut :

Persiapan lelang :

- a) Pembentukan panitia lelang melalui keputusan dan Surat Tugas Walikota Padang Panjang,
- b) Penentuan lokasi strategis oleh tim penempatan pedagang
- c) Pembuatan dokumen lelang,
- d) Penetapan Nilai Harga Pengambilan Hak Tempat Terendah,
- e) Pengumuman lelang.

Pelaksanaan Lelang Hari Pertama :

- a) Pendaftaran peserta lelang
- b) Penjelasan mekanisme lelang oleh Panitia lelang
- c) Peninjauan lokasi

Pelaksanaan Lelang Hari Kedua :

- a) Peserta menyampaikan penawaran harga (format disediakan),
- b) Pembukaan surat penawaran,
- c) Penyusunan ranking,
- d) Pengumuman dan penempatan hasil lelang.

Lelang pertama dibuka untuk pedagang yang sudah ditetapkan dengan keputusan walikota sebagai pedagang penyewa. Jika terjadi kegagalan lelang pertama maka dilakukan lelang kedua yang terbuka untuk seluruh pedagang Warga Negara Indonesia.

2) Pengundian Penempatan

Untuk menentukan pedagang yang akan menempati posisi yang tidak termasuk posisi strategis akan dilakukan dengan mekanisme pengundian. Mekanisme pengundian akan ditentukan oleh Tim Pengundian yang ditetapkan/ditugaskan

oleh Walikota Padang Panjang. Hasil pengundian tidak dapat diubah. Bagi yang tidak dapat menerima penempatan dengan hasil pengundian dipersilahkan mengundurkan diri.

3. Fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang

Fasilitas yang diberikan oleh pemerintah untuk Pasar Pusat Padang Panjang :

a. Mushalla atau Ruang ibadah

Mushalla dalam gedung pasar terdapat 3 unit, yang setiap lantai memiliki 1 unit mushalla yang disediakan untuk gedung pasar agar pedagang dan pengunjung pasar merasa nyaman dan bisa melaksanakan kewajiban beribadah tepat waktu. Tetapi Mushalla di Pasar pusat Padang Panjang masih belum sempurna seperti tidak adanya perlengkapan ibadah dan fasilitas yang menunjang pelaksanaan ibadah.

Beberapa program kerja UPTD Pengelolaan pasar mengenai mushalla :

- 1) Pemerintah Kota menyediakan fasilitas mushalla di dalam komplek bangunan pasar pusat Kota Padang Panjang.
- 2) Mushalla merupakan fasilitas umum yang pengelolaan kebersihannya menjadi tanggung jawab pengelola kebersihan pasar.
- 3) Pemerintah Kota melalui Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM memfasilitasi penyediaan listrik dan air mushalla.
- 4) Pemerintah Kota melalui Bagian Kesra Setdako juga menunjuk pengelola mushalla sekaligus menyediakan gharim dan imam mushalla pasar.
- 5) Pengelolaan infak dan sedeqah mushalla pasar menjadi tanggungjawab pengelola mushalla.



Gambar 4.9 Mushalla dalam gedung pasar

b. WC atau Toilet

Pasar Pusat Padang Panjang memiliki 6 unit toilet yang terdiri dari 3 toilet perempuan, dan 3 toilet laki-laki, terdapat keluhan baik dari pedagang maupun dari pengunjung bahwasanya toilet yang berada dalam gedung pasar tersumbat saluran pembuangan limbahnya. Setelah dilakukan wawancara kepada Pegawai UPTD. Pengelolaan pasar mengenai saluran pembuangan limbah mengatakan saluran pembuangan limbah untuk saat sekarang ini tidak berfungsi karena terjadi kerusakan pada saluran tersebut, dan nanti akan ditindak lanjuti oleh pemerintah mengenai solusinya (Haikal,2020)



Gambar 4.10 Toilet perempuan



Gambar 4.11 Toilet laki-laki

c. Jaringan Listrik

Pengelolaan dan penataan pada banyak bangunan pasar, sangat mengkhawatirkan. Banyak kejadian kebakaran pasar diakibatkan oleh buruknya penataan instalasi listrik dalam bangunan pasar. Padahal keberadaan jaringan listrik sangat dibutuhkan oleh pedagang saat aktifitas pasar berjalan. Dalam rangka penataan listrik di lingkungan pasar, pengelola unit pasar melakukan hal-hal berikut ini :

- 1) perencanaan instalasi listrik sudah dilakukan pada saat penyusunan desain gedung.

- 2) meramalkan kebutuhan listrik di lingkungan pasar untuk 20 (dua puluh) tahun kedepan. hal ini untuk menjamin ketersediaan kebutuhan listrik di pasar;
- 3) menentukan tarif dasar layanan listrik bagi pengguna listrik di lingkungan pasar;
- 4) melakukan pengecekan dan perbaikan jaringan instalasi listrik secara berkala.

Kebijakan Pemerintah untuk penyediaan listrik di Pasar Pusat Kota Padang Panjang adalah :

- 1) Pemerintah Daerah memfasilitasi jaringan listrik PLN untuk penerangan fasilitas umum pasar (Pelataran, lorong, toilet, mushalla dan lain-lain);
- 2) Pemerintah Daerah menyediakan genset untuk penerangan fasilitas umum pasar (Pelataran, lorong, toilet, mushalla dan lainlain) untukantisipasi terjadinya pemadaman listrik PLN;
- 3) Pemerintah Daerah memfasilitasi jaringan listrik dan pendaftaran rekening untuk mengaktifkan meteran token setiap kios;
- 4) Pembelian token listrik masing-masing kios yang menggunakan dan menjadi tanggungjawab pedagang.

d. Jaringan Air Bersih

Fasilitas lain yang tak kalah pentingnya bagi aktivitas pasar adalah jaringan air bersih. Beberapa komoditi barang dagangan sangat bergantung pada ketersediaan air bersih, seperti; komoditi ikan segar, sayur-mayur dan ayam potong. Selain itu, keberadaan air juga sangat dibutuhkan bagi toilet pasar. Langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pengelola pasar dalam pengelolaan air bersih adalah sebagai berikut:

- 1) Merencanakan dan membangun jaringan air bersih pada bangunan pasar;
 - 2) Menentukan tarif dasar penggunaan air bersih di lingkungan pasar;
 - 3) Bekerjasama dengan pihak PDAM untuk memenuhi kebutuhan air bersih di lingkungan pasar. Pedagang yang membutuhkan jaringan air untuk kios dan/atau los dapat mengajukan permohonan kepada PDAM untuk memasang jaringan meteran dan jaringan pelanggan atas biaya sendiri.
- e. Tempat Parkir

Fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang bisa dikatakan belum maksimal, karena masih kurangnya lahan parkir yang tersedia menyebabkan banyaknya parkir pada badan jalan yang mengganggu lalu lintas kendaraan dan keramaian pasar. Fasilitas parkir yang disediakan oleh Pasar Pusat Padang Panjang ada dua bagian, yakni parkir roda empat yang terletak di bagian depan gedung, dan parkir roda dua yang terletak disebelah gedung utama.



Gambar 4.12 tempat lahan parkir

f. Ruang pos ukur ulang

Pemerintah melengkapi Pasar dengan memfasilitasi timbangan ukur ulang yang sangat berguna untuk masyarakat pengunjung pasar untuk menimbang kembali barang yang telah dibelinya.



Gambar 4.13 Timbangan ukur ulang

4. Persepsi Masyarakat terhadap Tata Letak serta Fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang

Bangunan Fisik serta Fasilitas Pasar Padang Panjang yang diberikan Pemerintah sudah cukup baik dari sebelum gedung dibangun, serta program kerja pengelolaan pasar sudah sangat baik untuk mencapai tujuan pemerintah yaitu meningkatkan ekonomi masyarakat Kota Padang Panjang, tapi yang terjadi di lapangan sangat berbeda dengan yang ingin dicapai oleh pemerintah, masih banyak masyarakat yang mengeluhkan kebijakan-kebijakan yang dibuat, salah satu keluhan dari pedagang sepatu yang bernama Satria yaitu :

“dahulu saya memiliki banyak pelanggan tetap, tapi karena kebijakan pemerintah saya mendapat kios yang susah untuk ditemui pelanggan, sehingga pelanggan saya banyak yang hilang, dan ini sangat berpengaruh bagi pendapatan saya. Selain itu saya juga mendapatkan kios yang sempit dari sebelumnya, kebijakan ini sangat berbeda dengan yang saya harapkan”

Untuk menjamin keberadaan lingkungan pasar rakyat yang baik, kebijakan-kebijakan yang akan membantu meningkatkan daya saing pasar tradisional harus diciptakan infrastruktur yang baik, ini mencakup jaminan tingkat kesehatan dan kebersihan yang layak, namun kenyataan yang ada di Pasar Pusat Padang Panjang menunjukkan masih kurang dari yang seharusnya, terlihat dari lingkungan pasar yang beraroma tidak sedap, ini disebabkan air limbah dari toilet yang tersumbat, bukan hanya itu saja lingkungan pasar juga terlihat kotor dan jalan menuju los-los yang becek, khususnya los ikan dan daging. Pendapat yang dikatakan salah satu pengunjung Pasar Pusat Padang Panjang yang bernama ibu dona yaitu :

“Kebersihan mempunyai pengaruh positif terhadap perpindahan pengunjung dalam menentukan tempat pembelian atau tempat berbelanja”

Keluhan lain yang dikatakan oleh pengunjung seperti yang dikatakan marni adalah :

”tidak adanya kotak saran dan pos keamanan yang berfungsi sebagai saluran informasi jika hendak memberikan informasi, atau berita kehilangan jika kita membawa anak kecil”

Setelah dilakukan wawancara kepada petugas pengelolaan pasar, mereka menjelaskan bahwa tujuan pembangunan Pasar Pusat Padang Panjang belum tercapai atau bisa dikatakan masih dalam proses, dan keluhan-keluhan yang disampaikan masyarakat bukan sepenuhnya kesalahan kebijakan pemerintah, ada beberapa faktor

yang menyebabkan terjadinya sepi pengunjung Pasar Pusat Padang Panjang, diantaranya :

- a. Kurang patuhnya para pedagang terhadap kebijakan pemerintah, seperti tidak semua para pedagang yang mengisi kios/los yang telah disediakan, mereka malah membuka lapak sendiri di luar bangunan gedung. Hal ini menyebabkan pengunjung enggan belanja di dalam Gedung Pasar,
- b. Seiring dengan perkembangan zaman kini masyarakat lebih suka membeli kebutuhannya dengan cara online, hal ini dapat mengakibatkan pengunjung pasar menjadi sepi,
- c. Banyak pedagang sayur keliling yang memasuki kompleks perumahan, sehingga masyarakat tidak perlu mengunjungi pasar untuk kebutuhan harian.

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Manajemen Tata letak gedung pasar serta Fasilitas yang disediakan oleh Pemerintah sebenarnya sudah cukup baik dari sebelumnya, hanya saja masih dikatakan belum sempurna. Seiring dengan berjalannya waktu dan kerjasama antara pemerintah dan para pedagang pasar nantinya akan menciptakan Pasar Pusat Padang Panjang yang baik secara infrastruktur dan unggul secara pengelolaannya, sehingga tercapailah tujuan pemerintah yaitu meningkatkan perekonomian masyarakat.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tata letak (*layout*) ruangan dan fasilitas di Pasar Pusat Padang Panjang masih banyak keluhan baik dari Pedagang maupun pengunjung pasar, yang mengakibatkan pengunjung kurang tertarik untuk mengunjungi Gedung Pasar. Adapun pengunjung yang datang itu adalah pengunjung yang berasal asli warga Padang Panjang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan dari pedagang yang tidak mendapatkan tempat yang strategis mengakibatkan pedagang tersebut kehilangan pelanggannya.

B. Implikasi

Untuk bisa lebih meningkatkan kepuasan pengunjung dan pedagang Pasar, pemerintah sebagai kepala daerah yang mengelola pasar hendaknya memperhatikan aspirasi masyarakat mengenai pasar, terlebih lagi di zaman modern yang sudah semakin canggih dan berubah, konsumen tidak hanya menjadikan sebuah tempat sebagai kriteria tempat yang akan dikunjungi, akan tetapi tata letak (*layout*) ruangan dan fasilitas yang disediakan oleh suatu perusahaan juga dijadikan sebagai salah satu kriteria tersebut. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah dapat memperhatikan dan mampu mengoptimalkan *layout* dan fasilitas yang disediakan, karena tata letak (*layout*) ruangan dan fasilitas yang baik akan dapat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah pengunjung pasar sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai tata letak (*layout*) gedung dan fasilitas Pasar Pusat Padang Panjang adalah:

1. Bagi Pemerintah mengenai Pasar Pusat Padang Panjang
 - a. Pemerintah sebaiknya lebih mengelompokkan kios dan los berdasarkan jenis dagangandan memperhatikan fasilitas yang ada dengan mengutamakan kepuasan dan keselamatan masyarakat.
 - b. Perlu adanya akses jalan menuju kios atau los yang berada di sudut ruangan Gedung Pasar.
 - c. Pemerintah sebaiknya memperhatikan kepuasan dan keinginan masyarakat, dengan cara menyediakan kotak saran atau yang lainnya.
 - d. Pemerintah juga hendaknya lebih meningkatkan Keamanan Pasar seperti menyediakan Pos keamanan agar kelangsungan operasional Pasar berjalan dengan baik.
 - e. Pemerintah hendaknya membuat denah pasar di gerbang utama untuk memudahkan pengunjung pasar.
 - f. Perlu adanya perubahan konsep pasar dimata masyarakat yang menimbulkan persepsi bahwasanya pasar rakyat sekarang adalah pasar rakyat yang baik secara infrastruktur, dan cakap secara pengelolaan.
2. Bagi penulis selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain dalam penelitian ini, seperti strategi yang digunakan oleh pemerintah kota Padang Panjang dalam memperbaharui Pasar Padang Pusat Padang Panjang menjadi lebih berkualitas lagi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arif, M. (2017). *Perancangan Tata Letak Pabrik*. Deepublish.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga FEUI.
- Assauri, S. (2014). *Operational Strategic Lean Operation Process*. Jakarta: Rajawali pers.
- Dosen, T. (2009). *Perancangan Tata Letak Fasilitas*. Surabaya: Universitas Wijaya Putra Surabaya.
- Handoko, T. H. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hatani, L. (2008). *Manajemen Operasional*. Kendari: FEKON UNHALU.
- Heizer, J., & Render, B. (2009). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Asia: Pearson Education South Asia Pte Limited.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Jumingan. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2011). *Kewirusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, & Jakfar. (2006). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Maryati, M. (2014). *Manajemen Perkantoran Efektif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nurnajamuddin, M. H. (2007). *Manajemen Produksi Modern (operasi manufaktur dan jasa)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, j. J. (2005). *Perilaku Komsumen*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2011). *Operation Management*. Virginia: Wiley.
- Sanderson, S. (2003). *Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Sucipto, A. (2010). *Analisis Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif dan Studi Kasus)*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sucipto, A. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Suharyadi. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tampubolon, M. P. (2004). *Manajemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, K. D. (2012). *Desain Interior Restoran Waroeng Spesial Sambal Dengan Konsep Rustic Of Javanese*. 9.
- Zusmalia. (2005). *Persistensi Pasar Nagari Di Minangkabau Dalam Menghadapi*. Bogor: Program Studi Sosiologi Pedesaan Pasca Sarjana, Institut Pertanian Bogor.

