

## **IDENTIFIKASI PREFERENSI PEMILIHAN LAYOUT INTERIOR UNTUK GERAJ ALFAMART DAN INDOMARET DI DENPASAR BARAT**

**Studi Kasus: Alfamart dan Indomaret di Sepanjang Jalan  
Gunung Sanghyang Denpasar**

**Ayu Putu Utari Parthami Lestari**

*Fakultas Teknik, Universitas Ngurah Rai  
i\_born2fly@yahoo.com*

### **ABSTRACT**

*Alfamart and Indomaret are two biggest minimarket monopoly franchise in Indonesia. Regardless of their fierce competition for market, in design, layouts of their interior arrangement on the stores are also intriguing to be studied. Is it possible that two stores which is nearby can have different interior layouts, but because both of Alfamart and Indomaret is a franchised network store, which should already have the same standard of interior arrangement? This paper attempts to identify the preferences of choosing interior layouts at Alfamart and Indomaret stores in West Denpasar by sampling at stores along Jalan Gunung Sanghyang-Denpasar. The research method used is comparative by comparing all existing samples according to the parameters that have been determined, and then match it with literature study in the order of interior layout that is considered better. From the observation, it is found that there is no interior layout arrangement that is really the same among the samples, depending on the store area, the target consumers, and the preferences of the manager. But there are found some errors in the interior of the store that felt less meet the elements of store security, such as the position of the shelf that is blocking the view of the cashier / supervision, and the shelf it self is too high.*

Keywords: *Alfamart, Indomaret, minimarket interior layout.*

### **ABSTRAK**

*Sepak terjang Alfamart dan Indomaret sebagai gurita bisnis minimarket di Indonesia selalu menarik untuk disimak. Terlepas dari persaingan sengit keduanya, secara desain, layout penataan interior pada toko-toko tersebut juga menggelitik untuk diteliti. Mungkinkah toko yang berdekatan bisa memiliki layout interior yang berbeda-beda, padahal karena baik Alfamart maupun Indomaret adalah toko berjaringan franchise, yang seharusnya sudah memiliki standar baku penataan interior yang sama. Karya ilmiah ini berupaya untuk mengidentifikasi preferensi pemilihan layout interior pada toko Alfamart dan Indomaret di Denpasar Barat dengan mengambil sampel di toko di sepanjang Jalan Gunung Sanghyang-Denpasar. Metode penelitian yang digunakan adalah komparatif dengan membandingkan seluruh sampel yang ada sesuai parameter yang sudah ditentukan, kemudian mencocokkannya dengan studi literatur berupa tatanan layout interior yang dianggap lebih baik. Dari hasil pengamatan, memang didapatkan bahwa tidak ada penataan layout interior yang benar-benar sama diantara sample, tergantung pada luas toko, sasaran konsumen, dan preferensi pengelola. Namun ada ditemukan beberapa kesalahan dalam penataan interior toko yang dirasa kurang memenuhi unsur keamanan toko, seperti posisi rak menghalangi pandangan kasir/ pengawasan, serta rak yang terlalu tinggi.*

Kata kunci: *Alfamart, Indomaret, layout interior minimarket.*

## PENDAHULUAN

Alfamart dan Indomaret, masing-masing adalah waralaba (franchise) toko kelontong (minimarket) ternama di Indonesia, tidak lepas juga pengaruhnya di ibukota Provinsi Bali, Denpasar. Dalam skala nasional, menurut pengamat bisnis ritel Universitas Bina Nusantara, Asnan Furinto dalam *vice.com*, kedua perusahaan ini bahkan sudah mengontrol 95% pangsa pasar minimarket di Indonesia.

### ***Alfamart***

Alfamart didirikan tanggal 27 Juni 1999, dengan toko pertamanya di tanggal 18 Oktober 1999 di Jl. Beringin Raya, Karawaci, Tangerang oleh Djoko Susanto.



Gambar 1. Tampak Depan Toko Alfamart

Sumber:

[https://www.google.co.id/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwiJl5fU34PYAhVJvY8KHTMjCdgQjBwIBA&url=http%3A%2F%2Fwww.teropongbisnis.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F12%2F5.Ini-Dia-Sejarah-Berdirinya-Alfamart-1-500x300.jpg&psig=AOvVaw1IZNwtg7J-VC-fDzjdO\\_eb&ust=1513143122858148](https://www.google.co.id/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwiJl5fU34PYAhVJvY8KHTMjCdgQjBwIBA&url=http%3A%2F%2Fwww.teropongbisnis.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F12%2F5.Ini-Dia-Sejarah-Berdirinya-Alfamart-1-500x300.jpg&psig=AOvVaw1IZNwtg7J-VC-fDzjdO_eb&ust=1513143122858148)

### ***Indomaret***

Toko pertama Indomaret dibuka di Ancol, Jakarta Utara, tahun 1988, dan dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama.



Gambar 2. Tampak Depan Toko Pertama Indomaret

Sumber:

[https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Indomaret\\_Ancol.jpg&filetimestamp=20160819131440&](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berkas:Indomaret_Ancol.jpg&filetimestamp=20160819131440&)

## METODA PENELITIAN

Penelitian akan memanfaatkan metode analisis data secara kualitatif dengan studi literatur dan mengkomparasi data mengenai layout interior Alfamart dan Indomaret yang sudah disurvei sebelumnya.

### ***Alasan Pemilihan Lokasi***

Berdasarkan jumlah penduduk Kota Denpasar pada tahun 2011, jumlah penduduk terpadat di Kota Denpasar yakni Kecamatan Denpasar Barat dengan jumlah penduduk 242.622 jiwa (30,14 %) dan diikuti Kecamatan Denpasar Selatan dengan jumlah penduduk 222.315 jiwa (27,62 %) dan Denpasar Timur 20.307 jiwa

(2,52 %). Ditinjau melalui definisi kota berdasarkan jumlah kepadatan penduduk, maka Kecamatan Denpasar Barat merupakan Kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk terpadat di Kota Denpasar sehingga memiliki kompleksitas kebutuhan dibandingkan kecamatan lainnya.

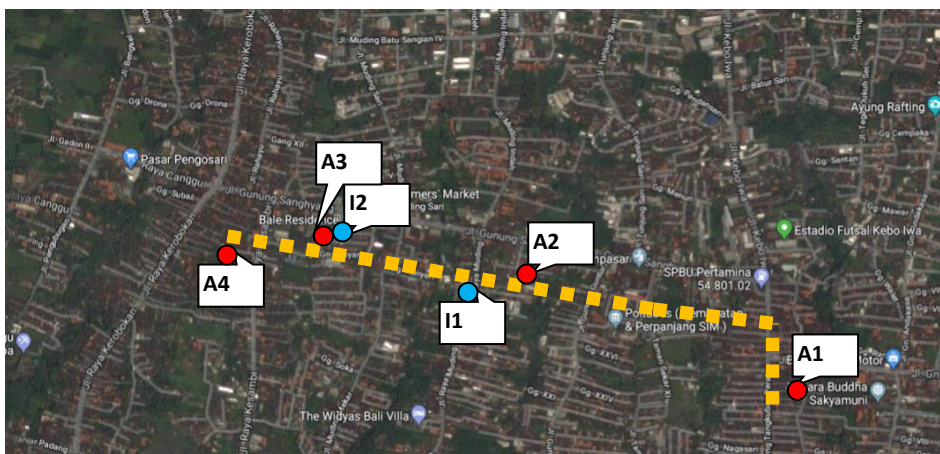
Sedangkan alasan memilih lokasi pengamatan di sepanjang Jalan Gunung Sanghyang, Denpasar pun dapat dijelaskan bahwa berdasarkan perhitungan sederhana, di sepanjang jalan inilah gerai Alfamart dan Indomaret paling banyak berdiri. Dengan memilih lokasi di Denpasar Barat dan Jalan Gunung Sanghyang, diharapkan penelitian dapat dijadikan generalisasi mengenai kondisi pemilihan layout interior kedua gerai.

**Waktu Pengamatan**

Waktu pengamatan dimulai pada bulan Desember 2017 dan Januari 2018, dengan alasan pada bulan-bulan tersebut, dirasa paling tepat melakukan observasi karena kebiasaan berbelanja konsumen yang diprediksi meningkat selama perayaan Tahun Baru. Sehingga kemungkinan pengelola akan mengganti layout interior toko menjadi sangat kecil. Untuk diketahui, Alfamart dan Indomaret rajin mengubah penataan display tokonya, agar konsumen yang sudah terbiasa mencari barang di rak tertentu, akan harus mengelilingi toko lagi untuk mencari barang yang dimaksud ketika tampilan rak tokonya berubah. Ketika konsumen berkeliling itulah, ada kemungkinan akan mengambil barang yang bukan tujuan awalnya. Maka di luar dari waktu pengamatan penelitian ini, kemungkinan besar akan terjadi perubahan layout toko, yang akan berpengaruh pada hasil yang berbeda pula.

**LOKASI PENELITIAN**

Sepanjang Jalan Gunung Sanghyang terdapat pasar, sekolah, perkantoran, ruko, klinik kesehatan, bank, toko, minimarket, perumahan dan fasilitas lainnya. Salah satu fasilitas yang menonjol di Jalan Gunung Sanghyang adalah Poltabes Denpasar. Jalan Gunung Sanghyang sendiri adalah jalan dengan status jalan Provinsi, dengan jenis perkerasan Aspal Beton. Panjang Jalan dalam Km tercatat 0,8, dengan lebar antara 10,00-25,00. Jalan ini cukup unik, karena sebenarnya menghubungkan antara Kota Denpasar (Kelurahan Padangsambian) dan Kabupaten Badung (Kerobokan). Karena keunikannya inilah Jalan Gunung Sanghyang menjadi salah satu jalan dengan kepadatan tinggi, terutama pada jam-jam sibuk.



Gambar 3. Jalan Gunung Sanghyang-Denpasar  
 Sumber: <https://www.google.co.id/maps/@-8.6483808,115.1821557,1801m/data=!3m1!1e3>

Tercatat jumlah gerai Alfamart dan Indomaret pada objek penelitian adalah sebagai berikut:

Untuk alasan keamanan toko, lokasi tepatnya toko berada tidak akan disertakan, namun diganti dengan penggambaran lokasi secara lebih umum.

## **TOKO KELONTONG**

### ***Pengertian Toko Kelontong***

Menurut Wikipedia, minimarket sebenarnya adalah semacam "toko kelontong" atau yang menjual segala macam barang dan makanan, perbedaannya adalah minimarket menerapkan sebuah sistem mesin kasir *point of sale* untuk penjualannya, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana konsumen mengambil sendiri barang yang dibutuhkan dari rak-rak dan membayarnya di meja mesin kasir.

### ***Layout Interior Toko Kelontong***

Sebenarnya, untuk toko dengan konsep minimarket sederhana dengan bentuk kotak atau *big box*, seperti Alfamart dan Indomaret ini, disebutkan bahwa desain interior toko bukanlah merupakan sesuatu yang penting. Faktor fungsi dan bagaimana *lay out* yang ekonomis dan efisien yang lebih menjadi faktor pertimbangan terpenting. Bagaimana konsumen dapat dengan cepat memilih barang, kemudian keluar dari toko. Konsumen tidak perlu berlama-lama di toko seperti ketika berbelanja pakaian atau sepatu, misalnya.

Namun desain interior toko tetap menjadi bagian yang menjadi daya tarik toko. Desain yang unik, nyaman, dan memikat akan membuat konsumen betah dan memilih lebih banyak barang untuk dibeli. Dengan demikian, desain layout toko adalah bagian dari strategi marketing. Desain toko yang baik adalah desain yang menyesuaikan dengan kondisi konsumen. Sehingga, walau Alfamart dan Indomaret adalah toko berkonsep waralaba yang memiliki standar tersendiri dalam menata layout interior/ desain tokonya, namun penataan di setiap gerai dirasa akan berbeda-beda, tergantung pada kesukaan konsumen, status sosial, dll.

Dalam fenomenaharimu.com, disebutkan beberapa hal yang berkaitan dengan penataan layout minimarket semacam Alfamart dan Indomaret, seperti di bawah ini:

#### 1. Posisi Rak Minuman dingin selalu jauh dari kasir

Hampir semua minimarket, menempatkan kulkas minumannya selalu jauh dari kasir. Fenomena ini sering terjadi saat konsumen berencana membeli 1 produk, namun kenyataannya malah pulang dengan membawa 2 produk lain yang tidak direncanakan untuk dibeli. Minuman dingin adalah salah satu item yang paling laku di minimarket seperti Alfamart dan Indomaret. Saat akan membeli minuman dingin, konsumen akan melewati barisan-barisan makanan kecil lainnya. Sambil berjalan, konsumen diperlihatkan dengan kemasan, harga, produk-produk lain. Ketika konsumen selesai memilih minuman dingin, sebagian tidak langsung menuju kasir, melainkan mengambil jalan memutar. Konsumen akan melewati jalan yang berbeda dengan jalan awal untuk melihat-lihat produk lain yang tersedia.

Pengelola minimarket interiornya dengan maksud membawa pelanggan untuk berkeliling. Setidaknya pelanggan tidak hanya melihat minuman pendingin, tapi juga produk lainnya. Inilah yang menyebabkan perubahan tujuan konsumen membeli, yang berencana membeli 1 dan keluar membawa 2 barang atau bahkan lebih banyak.

Walau secara teknis, fenomena jauhnya mesin pendingin dari kasir dapat dijelaskan bahwa mesin pendingin membutuhkan jaringan listrik yang salah

satunya didapat dari saklar yang tertanam di dinding, yang biasanya berada di sisi yang jauh, karena saklar yang ada sudah digunakan untuk mesin kasir. Selain itu, bentuk mesin pendingin yang besar tentu tidak tepat jika diletakkan di tengah-tengah ruangan, karena bisa menghalangi pandangan.

2. Makanan manis selalu dekat dengan kasir  
Kasir adalah tempat melakukan transaksi/ pembayaran yang menjadi akhir dari sebuah transaksi jual beli antara konsumen dan produsen sehingga menghasilkan kepuasan pada masing-masing pihak. Karena hal tersebut membutuhkan proses, dan setiap proses membutuhkan waktu, maka menunggu menjadi tidak mungkin terelakkan. Di kasir minimarket atau supermarket, pengelola juga menerapkan cara untuk meningkatkan penjualannya. Salah satunya dengan cara menjajakan makanan-makanan kecil, rokok, permen, coklat, wafer dll. Secara psikologis ketika konsumen menunggu dilayani kasir, orang tersebut akan menyibukkan diri dengan kegiatan-kegiatan yang kecil seperti melirik kesana dan kemari. Pandangan pertama, produk yang diletakkan di depan kasir akan diidentifikasi oleh konsumen. Pandangan kedua, menyesuaikan kebutuhan. Ketiga, timbul hasrat ingin membeli karena sesuai. Dan ketika punya uang lebih, kemungkinan lebih tinggi produk tersebut terbeli juga oleh konsumen.
3. Pintu masuk selalu berada di sisi kanan  
Sebagian besar minimarket meletakkan pintu masuknya lebih cenderung ke kanan. Karena saat konsumen hendak ke minimarket, dalam artian belum mengetahui pilihan minimarket yang hendak dituju, saat sedang melaju, kemudian tiba-tiba melihat sebuah minimarket yang berada di sisi kiri jalan. Bisa saja calon konsumen terlambat menyadari keberadaan minimarket tersebut karena pintu masuknya ada di sebelah kiri, hingga akhirnya tetap melaju kendaraannya dengan asumsi di depan masih ada minimarket lain. Pengelola minimarket mengantisipasi kejadian tersebut. Sehingga selain memasang papan nama yang besar dan tinggi sebagai tanda, pengelola juga mengatur posisi pintu masuk minimarketnya. Karena pengendara lebih cenderung memberhentikan kendaraannya dekat pintu masuk. Sehingga sisi kanan pintu memudahkan pengendara berhenti dengan nyaman. Bayangkan jika pintu masuk berada disisi kiri. Untuk memarkirkan kendaraan dekat pintu, pengendara harus berbelok tajam atau sedikit memutar. Dan jika tidak bisa pengendara harus memarkirkan kendaraannya lebih jauh dari pintu masuk. Ini berarti pengendara harus berjalan sedikit lebih jauh menuju pintu masuk.
4. Pintu masuk selalu dekat dengan kasir  
Merasa diterima merupakan bagian dari emosi kebahagiaan manusia sehingga membuat orang lain merasa senang dan ketagihan. Kemudian menyebabkan kecenderungan melakukan hal yang sama agar mendapatkan efek yang sama. Dan penerimaan merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pelaku minimarket melalui staffnya. Oleh karena itu, saat membuka pintu masuk konsumen akan mendengar "Selamat datang, selamat berbelanja". Pelanggan harus dibuat terkesan dengan pelayanan yang ramah, baik, rapi yang inti semuanya adalah pelanggan harus merasa nyaman dan harus dibuat kembali lagi suatu saat nanti. 2 detik pertama saat membuka "pintu masuk" sangat berpengaruh terhadap tingkah laku pelanggan. (*first impression*)

Dalam kakapost.com seperti dikutip dari female.kompas.com dan mstudiosolo.blogspot.com, disebutkan bahwa beberapa hal yang dapat dilakukan untuk layout toko agar lebih menarik, antara lain:

1. Pemilihan barang display  
Untuk memudahkan konsumen memilih barang, pengelola toko harus menentukan terlebih dahulu barang yang akan ditonjolkan. Pada kasus



Alfamart dan Indomaret, barang yang dijual di display rak, akan terbagi menjadi beberapa range harga. Barang dengan harga lebih mahal, biasanya diletakkan di bagian rak dengan posisi yang mudah dijangkau dan setinggi pandangan mata konsumen (tergantung dewasa/ anak-anak). Sedangkan barang-barang yang lebih murah, akan diletakkan di bagian rak bawah/ sulit dijangkau. Atau display rak akan tergantung pada kecepatan flow/ aliran penjualan barang. Barang yang cepat laku akan diletakkan di tengah/ atas display agar mudah dipilih, sedangkan barang yang jarang dicari konsumen, akan diletakkan semakin ke bawah rak. Rak bagian tengah biasanya untuk barang dagangan dari pabrik ternama.

2. Ambience dan layout

Rak Alfamart dan Indomaret harus ditata agar tidak terlalu tinggi, untuk alasan keamanan. Rak yang tinggi, akan menyulitkan pengawasan pegawai untuk pencuri, atau pada beberapa kasus, rak yang tinggi akan menghalangi pandangan orang luar pada kasus perampokan terutama pada gerai-gerai yang buka 24 jam sehari. Begitu pula pemilihan kaca sebagai bagian utama tampak gerai, untuk kemudahan pengawasan. Bagian depan gerai juga tidak boleh tertutup rak yang terlalu tinggi, yang diisi dengan freezer makan beku, display roti sarapan, atau kulkas es krim.

Lampu yang digunakan pada interior kedua toko, adalah lampu putih dengan penerangan tinggi. Secara sederhana, maksud pemilihan dan jenis penerangan seperti ini dipilih, selain agar membantu konsumen memilih barang, juga agar konsumen kedua gerai tidak berlama-lama memilih barang. Perlu diketahui, harga barang yang dijual di Alfamart dan Indomaret tidaklah semurah di toko lain.



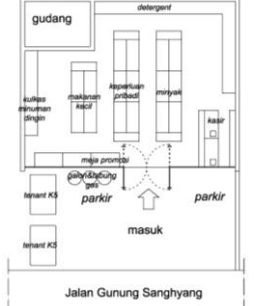
3. Window display atau focal point

Setiap gerai harus membutuhkan sisi-sisi yang ditonjolkan. Dibagian ini, pengelola juga dapat meletakkan barang favorit dan yang paling menarik untuk memusatkan perhatian konsumen. Focal point tidak harus diletakkan di tengah atau depan toko. Untuk Alfamart dan Indomaret, daerah-daerah yang menjadi focal point terletak di rak depan dan belakang kasir, serta meja promosi. Rak depan kasir yang pendek akan menampilkan permen, coklat/ makanan kecil manis lainnya. Ini untuk menarik perhatian konsumen yang harus menunggu membayar di kasir. Rak belakang kasir terutama akan menampilkan rokok, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau, bahwa penjualan rokok hanya untuk 18 tahun ke atas sehingga harus diawasi. Selain rokok, rak belakang kasir juga bisa menampilkan susu formula kaleng/ kotak. Meja promosi Alfamart dan Indomaret adalah display bukan rak yang menampilkan barang-barang yang diberi potongan harga. Alfamart dan Indomaret biasanya memiliki promosi potongan harga untuk barang-barang tertentu di akhir pekan (Jumat, Sabtu, dan Minggu). Alfamart menyatakan promosi macam ini dengan nama promo JSM (Jumat Sabtu Minggu), dan Indomaret dengan nama promo Indomaret.

**PEMBAHASAN**

Berikut akan ditampilkan layout interior dari seluruh sample penelitian seperti pada tabel di bawah

Tabel 1.

No	Toko/ Deskripsi Lokasi	Layout Interior
1.	<p><b>Alfamart 1 (A1)</b></p> <p>Alfamart pertama yang dijadikan sampel penelitian adalah Alfamart milik masyarakat, yang bernama Toko Sinta Agung. Walau bernama berbeda, namun ciri khas Alfamart masih terlihat jelas, terutama dari warna toko yang serupa, tata cara penataan toko, dstnya.</p>	 <p>The floor plan for Alfamart 1 (A1) shows a rectangular building layout. At the top, 'Jalan Gunung Sanghyang' is indicated. The entrance is labeled 'masuk' with a downward arrow. To the left and right of the entrance are 'parkir' areas. Inside, there are sections for 'meja promosi', 'peralatan pribadi', 'melayak', 'makanan kecil', and 'rak roti'. A 'gudang' (warehouse) is located on the left side. An 'ATM' is positioned on the right side near the entrance.</p>
2.	<p><b>Alfamart 2 (A2)</b></p> <p>Lokasi penelitian kedua adalah Alfamart yang terletak di depan sebuah perumahan, di sisi utara Jalan Gunung Sanghyang.</p>	 <p>The floor plan for Alfamart 2 (A2) shows a rectangular building layout. At the bottom, 'Jalan Gunung Sanghyang' is indicated. The entrance is labeled 'masuk' with an upward arrow. To the left and right of the entrance are 'parkir' areas. Inside, there are sections for 'meja promosi', 'peralatan pribadi', 'makanan kecil', and 'kulkas minuman dingin'. A 'gudang' is located on the right side. An 'ATM' is positioned on the left side near the entrance.</p>
3.	<p><b>Indomaret 1 (I1)</b></p> <p>Lokasi penelitian berikutnya adalah Indomaret yang berada di persimpangan jalan Muding Indah. Toko ini berada di ruko berlantai 3.</p>	 <p>The floor plan for Indomaret 1 (I1) shows a rectangular building layout. At the top, 'Jalan Gunung Sanghyang' is indicated. The entrance is labeled 'masuk' with a downward arrow. To the left and right of the entrance are 'parkir' areas. Inside, there are sections for 'meja promosi', 'peralatan pribadi', 'makanan kecil', and 'kulkas minuman dingin'. A 'gudang' is located on the left side. Two 'ATM' units are positioned on the right side near the entrance. 'Jalan Muding Indah' is indicated on the right side.</p>
4.	<p><b>Indomaret 2 (I2)</b></p> <p>Minimarket Indomaret selanjutnya berada di utara Jalan Gunung Sanghyang, dekat dengan pertigaan Jalan Raya Kesambi.</p>	 <p>The floor plan for Indomaret 2 (I2) shows a rectangular building layout. At the bottom, 'Jalan Gunung Sanghyang' is indicated. The entrance is labeled 'masuk' with an upward arrow. To the left and right of the entrance are 'parkir' areas. Inside, there are sections for 'meja promosi', 'peralatan pribadi', 'makanan kecil', and 'kulkas minuman dingin'. A 'gudang' is located on the left side. An 'ATM' is positioned on the right side near the entrance.</p>

<p>5.</p>	<p><b>Alfamart 3 (A3)</b>                  Alfamart ketiga di Jalan Gunung Sanghyang ini berdiri berdampingan dengan Indomaret 2 (I2).</p>	
<p>6.</p>	<p><b>Alfamart 4 (A4)</b>                  Objek penelitian terakhir adalah minimarket Alfamart yang juga berada di pojok perempatan Jalan Raya Kerobokan-Jalan Raya Cangu dan Jalan Gunung Sanghyang. Minimarket ini awalnya berkonsep toko kelontong, kemudian sebagian dari toko kelontong, berubah menjadi Alfamart.</p>	

Sumber: Parthami Lestari, 2017



Sedangkan berikut adalah tabel kompilasi data layout interior seluruh sample.

Tabel 2. Layout Interior Dominan Alfamart & Indomaret di Sepanjang Jl. Gunung Sanghyang

No.	Fokus	A1	A2	I1	I2	A3	A4
1.	Rak minuman dingin	Jauh dr kasir	Jauh dr kasir	Jauh dr kasir	Jauh dr kasir	Jauh dr kasir	Jauh dr kasir
2.	Posisi makanan manis	Rak depan kasir	Rak depan kasir	Rak depan kasir	Rak depan kasir	Rak depan kasir	Rak depan kasir
3.	Posisi pintu masuk	Kanan site	Kiri site	Kiri site	Kanan site	Tengah site	Kanan site
4.	Hubungan pintu masuk dan meja kasir	Dekat	Dekat	Dekat	Dekat	Dekat	Dekat
5.	Pemilihan barang display	Brg yg mahal, diatur di tengah rak	Brg yg mahal, diatur di tengah rak	Brg yg mahal, diatur di tengah rak	Brg yg mahal, diatur di tengah rak	Brg yg mahal, diatur di tengah rak	Brg yg mahal, diatur di tengah rak
6.	Ambience & layout						
	- Tinggi rak	180cm	180cm	180cm	180cm	180cm	180cm
	- Posisi rak	Sejajar kasir	Sejajar kasir	Sejajar kasir	Sejajar kasir	Sejajar & tegak lurus kasir	Sejajar & tegak lurus kasir
	- Bagian depan toko	Tenant K5	Tenant K5	Galon air & tabung gas	Galon air & tabung gas Tenant K5	Galon air & tabung gas	Tenant K5
	- Lampu	Neon putih	Neon putih	Neon putih	Neon putih	Neon putih	Neon putih
7.	Window display/ focal point						
	- Jenis barang di belakang kasir	Rokok, susu, kosmetik	Rokok, susu, kosmetik	Rokok, susu, kosmetik	Rokok, susu, kosmetik	Rokok, susu, kosmetik	Rokok, susu, kosmetik
	- Jenis barang di depan kasir	Makanan kecil, baterai	Makanan kecil, baterai	Makanan kecil, baterai	Makanan kecil, baterai	Makanan kecil, baterai	Makanan kecil, baterai
	- Posisi meja promosi	Dekat kasir	Dekat kasir	Dekat kasir	Dekat kasir	Dekat kasir	Dekat kasir
	- Tinggi meja promosi	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm

Sumber: Parthami Lestari, 2017

**KESIMPULAN**

Walau di sepanjang Jalan Gunung Sanghyang yang panjangnya hanya 800m, sudah terdapat 6 minimarket Alfamart dan Indomaret. Bahkan setiap minimarket memiliki preferensi layout tokonya yang berbeda-beda satu sama lain, walau bisa ditarik persamaannya.

Karakteristik konsumen Alfamart dan Indomaret di sepanjang Jalan Gunung Sanghyang ini, cukup seragam: pembeli kebanyakan adalah ibu rumah tangga dengan belanjanya kebutuhan rumah tangga, anak (popok, minyak goreng, dstnya), dan makanan kecil yang berasal dari permukiman sekitar lokasi penelitian, atau pria dewasa yang membeli minuman dingin/ rokok yang berasal dari pelintas/ penglaju di Jalan Gunung Sanghyang.

Sedangkan preferensi layout interior minimarket Alfamart dan Indomaret di sepanjang Jalan Gunung Sanghyang didominasi dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 3. Kesimpulan preferensi Layout Interior Alfamart dan Indomaret di Sepanjang Jalan Gunung Sanghyang-Denpasar

No.	Fokus	Kesimpulan Layout Interior Dominan Alfamart & Indomaret di Sepanjang Jl. Gunung Sanghyang
1.	Posisi rak minuman dingin	Jauh dari kasir
2.	Posisi makanan manis	Rak depan kasir
3.	Posisi pintu masuk	Kanan site
4.	Hubungan pintu masuk dan meja kasir	Dekat
5.	Pemilihan barang display	Brg yg mahal, diatur di tengah rak
6.	Ambience & layout	
	Tinggi rak	180cm
	Posisi rak	Sejajar kasir
	Bagian depan toko	Tenant K5
	Lampu	Neon putih
7.	Window display/ focal point	
	Jenis barang di belakang kasir	Rokok, susu, kosmetik
	Jenis barang di depan kasir	Makanan kecil, baterai
	Posisi meja promosi	Dekat kasir
	Tinggi meja promosi	60cm

Sumber: Parthami Lestari, 2017

Alasan pemilihan layout interior jenis ini lebih disukai, karena dianggap lebih praktis dalam pengawasan, sirkulasi konsumen, sirkulasi barang, dan akhirnya dianggap dapat meningkatkan penjualan. Padahal posisi rak yang menghalangi pandangan kasir sangat rentan tindak kejahatan. Hendaknya rak diposisikan tegak lurus dengan meja kasir. Tinggi rak yang melebihi kepala konsumen juga kurang efektif untuk pengamatan. Hal ini kemungkinan karena terbatasnya tempat di toko untuk memajang barang. Namun hal ini bisa diatasi dengan merotasi barang-barang yang sedikit peminatnya. Persamaan layout ini menandakan duplikasi yang tidak disertai dengan sebab akibatnya di masa mendatang.

## REFERENSI

- Wikipedia, *Alfamart*, [online], (<https://id.wikipedia.org/wiki/Alfamart> , diakses tanggal 10 Desember 2017)
- Wikipedia, *Indomaret*, [online], (<https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret> , diakses tanggal 10 Desember 2017)
- Host Hijau, *Desain dan Kosep Toko yang Baik*, [online], (<http://post.kaka.co.id/desain-dan-kosep-toko-yang-baik/> , diakses tanggal 10 Desember 2017)
- Baker, Julie, Levy, Michael, Grewal, Dhruv.1992. *An Experimental Approach to Making Retail Store Enviromental Decisions*. Journal of Retailing 68 Winter:445-460.
- Levy, Michael and Barton Weitz. 1998. *Retail Management*. McGraw-Hill. USA.
- Wikipedia, *Supermarket*, [online], (<https://id.wikipedia.org/wiki/Supermarket> , diakses tanggal 12 Desember 2017)
- Anonim, *5 Hal yang Mempengaruhi Kamu di Minimarket*, [online], (<https://www.fenomenaharimu.com/2016/02/5-hal-yang-mempengaruhi-kamu-di.html>], diakses tanggal 15 Desember 2017)