

A. Perbedaan Strategi Lokasi dan Tata Letak

Tabel 14.1 Perbedaan Strategi Lokasi dan Tata Letak

Strategi Lokasi	Tata Letak
Strategi lokasi yaitu suatu lokasi yang mudah dijangkau oleh para pelanggan.*	Tata letak merupakan ruangan dan peralatan yang tersedia diletakkan dan ditata dengan baik dan rapi.**
Faktor Pertimbangan	Faktor Pertimbangan
Faktor pertimbangan strategi lokasi terdiri dari kedekatan dengan konsumen, infrastruktur, regulasi pemerintah setempat, produktivitas tenaga kerja, iklim bisnis, lingkungan, sumber daya manusia, sumber daya, dan tanah perluasan.	Faktor pertimbangan tata letak terdiri dari penanganan material, pemeliharaan, kelonggaran gerak, jenis produk, pertimbangan ergonomis, ketersediaan ruang dalam fasilitas, utilitas ruang dan pertimbangan ekonomis.
Manfaat	Manfaat
Sebagian besar untuk kepentingan konsumen	Sebagian besar untuk kepentingan tenaga kerja

* Mohammad Iqbal, *Mendongkrak Kinerja Bisnis Bengkel Roda 4 dan Roda 2*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), hlm. 88.

** Lilian Too, *Feng Shui*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1995), hlm. 85.

Metode Analisis	Metode Analisis
Metode <i>Factor Rating</i> , Metode Transportasi, Analisis Titik Impas Lokasi, Metode Pusat Gravitasi dan Analisis Ekonomi.	Metode <i>Diagram String</i> dan Metode <i>Line Balancing</i> .

B. Persamaan Strategi Lokasi dan Tata Letak

Strategi lokasi usaha dan tata letak usaha memiliki beberapa persamaan, yaitu:

1. Untuk pemilihan lokasi yang strategis dan penyusunan tata letak akan menguntungkan para konsumen dan yang terlibat dalam perusahaan. Usaha yang kita dirikan berada di tepi jalan raya, maka kita harus memperhatikan lahan parkir. Hal ini akan membuat konsumen nyaman dan memudahkan konsumen menuju ke lokasi usaha tanpa ada kesulitan yang dihadapinya. Dengan adanya pemilihan lokasi yang strategis dan tata letak yang benar akan memudahkan konsumen menuju tempat lokasi bisnis dan dengan itu akan menguntungkan perusahaan dalam hal pendapatan pada kelangsungan usahanya.¹
2. Dalam pemilihan lokasi dan penyusunan tata letak para pemilik usaha atau organisasi akan meminimumkan biaya yang dikeluarkan. Terutama pada biaya transportasi atau pengangkutan, hampir setiap perusahaan dalam menentukan lokasi pabrik mempertimbangkan akses transportasi yang mudah dan kemudahan yang lain menyangkut pengeluaran biaya.²
3. Lokasi dan tata letak didesain sedemikian rupa sehingga sangat efisien. Misalnya gudang penyimpanan bahan baku dan barang jadi berdekatan dengan lokasi proses produksi sehingga lebih efisien.

¹ Ayu Kartika, *Jadi Kaya Hanya dengan Modal 5 Juta*, (Yogyakarta: Genesis, 2018), hlm. 10.

² Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 159.

4. Keputusan dalam lokasi dan tata letak harus memperhatikan peraturan yang berlaku, seperti pemerintah yang memiliki peraturan yang berkaitan dengan lokasi pabrik.³

C. Strategi Lokasi pada Organisasi Jasa VS Manufaktur

Tabel 14.2 Strategi Lokasi Organisasi Jasa VS Organisasi Industri⁴

Strategi Lokasi Perusahaan Jasa	Strategi Lokasi Perusahaan Pembuat Produk
Fokus Penghasilan	Fokus Biaya
<ul style="list-style-type: none"> • Volume/pendapatan • Area lokasi, daya beli, persaingan, periklanan/ penentuan harga. • Mutu fisik • Parkir/ akses • Keamanan pencahayaan • Penampilan/ citra penentuan biaya • Kaliber manajemen kebijakan operasi 	<p>Biaya yang terlihat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya transportasi bahan baku • Biaya pengangkutan barang jadi • Biaya energi dan keperluan • Tenaga kerja, bahan baku, pajak, dst. <p>Biaya tak terlihat dan biaya masa depan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sikap terhadap serikat pekerja • Mutu hidup • Pengeluaran pendidikan oleh pemerintah • Mutu pemerintah pusat dan lokal

³ Alam S, *Ekonomi untuk SMA dan MA Kelas XII, Jilid 3*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 145.

⁴ Julianthry, Valentine Siagian, Asmeati, dkk, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 54.

Teknik	Teknik
<ul style="list-style-type: none"> • Model regresi • Metode peringkat faktor lalu lintas • Analisis demografi dari area faktor • Analisis daya beli wilayah • Metode pusat gravitasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode transportasi • Metode peringkat faktor • Analisa titik impas • Grafik silang
Asumsi	Asumsi
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi merupakan penentu pendapatan terbesar • Isu-isu kontak konsumen yang tinggi sangat penting • Biaya relatif konstan untuk area tertentu, oleh karena itu fungsi pendapatannya penting 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi merupakan penentu biaya • Biaya yang terbesar dapat secara eksplisit diidentifikasi untuk setiap lokasi • Kontak dengan konsumen rendah • Memungkinkan pemfokusan pada biaya • Biaya yang dapat diidentifikasi • Biaya yang tidak terlihat dapat dievaluasi