

ABSTRAK

Buku berjudul “Perencanaan Tata Letak” ditulis oleh Farah Mien Nur’Afia, NIM 17402163607, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dibimbing oleh Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Perencanaan Tata Letak dan Lokasi termasuk bagian dari strategi pemasaran, strategi pemasaran yang tercantum yaitu tempat (*place*). Strategi pemasaran memiliki beberapa bagian, yaitu tempat (*place*), harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Perencanaan tata letak dan lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya, karena apabila tidak melakukan perencanaan diawal maka perusahaan tersebut tidak akan berjalan dengan optimal. Perencanaan tata letak yaitu tata cara dalam mengatur fasilitas-fasilitas dalam usaha untuk kelancaran proses produksi dan pemasaran. Sedangkan lokasi yaitu tempat dilakukannya kegiatan usaha.

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini yaitu untuk mengatur area kerja yang ekonomis, aman, nyaman, efisien dan efektif, serta mengoptimalkan kegunaan ruangan yang tersedia serta mempermudah para konsumen dalam mengunjungi tempat usaha dan dapat memberikan keuntungan dalam usaha tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menerapkan perencanaan tata letak, maka akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu dalam penggunaan ruang menjadi lebih efektif, susunan mesin dan peralatan menjadi fleksibel, dapat meminimumkan biaya, memperlancar proses produksi, meningkatkan efektivitas penggunaan tenaga kerja, serta memberikan kemudahan, keamanan

dan kenyamanan para tenaga kerja. Kemudian perusahaan juga harus memilih lokasi yang strategis, karena akan menguntungkan perusahaan dan para konsumen. Dengan lokasi yang tepat maka perusahaan akan melakukan pelayanan terhadap konsumen dengan memuaskan konsumen, perusahaan akan mendapatkan bahan baku yang cukup dengan harga yang lebih rendah, tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan akan tercukupi, dan apabila memungkinkan perusahaan melakukan perluasan usaha tanah yang dimiliki sudah tersedia.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Perencanaan Tata Letak, Lokasi.

ABSTRACT

The book entitled “Layout Planning” was written by Farah Mien Nur’Afia, NIM 17402163607, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung. Supervised by Sri Eka Astutiningsih, S.E., MM.

Layout and Location Planning is part of the marketing strategy, the listed marketing strategy is place. Marketing strategy has several parts, namely place, price, product, promotion, people, process, and physical evidence. Layout and location planning is very important in a company in running its business, because if it does not plan in advance, the company will not run optimally. Layout planning, namely the procedure for arranging facilities in an effort to smooth the production and marketing process. While the location is the place where business activities are carried out.

The purpose of the implementation of this research is to arrange a work area that is economical, safe, comfortable, efficient and effective, as well as optimizing the use of the available space and making it easier for consumers to visit the business premises and be able to provide benefits in this business.

The results show that in implementing layout planning, it will provide benefits for the company, namely in the use of space more effectively, the arrangement of machines and equipment becomes flexible, can minimize costs, streamline the production process, increase the effectiveness of use of labor, and provide convenience, security. and the comfort of the workforce. Then the company must also choose a strategic location, because it will benefit the company and consumers. With the right location, the company will provide services to consumers by satisfying consumers, the company will

get sufficient raw materials at a lower price, the labor needed by the company will be fulfilled, and if it is possible for the company to expand its business, the land it owns is already available.

Keywords: Marketing Strategy, Layout Planning, Location.