
DESAIN TOKO TERHADAP MINAT BELI KEBAB PREMIUM

Muthiah Shafana Adiyanti
Universitas Muhammadiyah Prof.Dr Hamka
Muthiashafanaaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Desain Toko terhadap minat beli Kebab Premium. Penelitian ini bermanfaat untuk pihak Toko dan Costumer sehingga dalam penelitian ini menguntungkan beberapa sumber daya manusia yang terlibat. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan Teknik Wawancara Informan. Desain Toko yang dilakukan oleh peneliti dan pihak toko merupakan transformasi yang belum dilakukan oleh pihak toko lain nya sehingga menjadikan salah satu kelebihan dalam ketertarikan dimata costumer yang sebelum berkunjung pastinya menilai dari segi tampilan terlebih dahulu.

Kata kunci : Desain Toko

STORE DESIGN ON INTEREST IN BUYING PREMIUM KEBAB

ABSTRACT

This study discusses Store Design on buying interest in Premium Kebabs. This research is beneficial for the shop and customer so that this research benefits some of the human resources involved. This research uses a qualitative method with informant interview techniques. The shop design carried out by researchers and the shop is a transformation that has not been carried out by other shops so that it makes one of the advantages in terms of interest in the eyes of the customer, who before visiting must first assess it in terms of appearance.

Keywords: Store Design

PENDAHULUAN

Teknologi era globalisasi yang semakin maju membuat perubahan bisnis dengan cepat (Sarfiah et al., 2019). Lalu konsumen menuntut suatu produk sesuai dengan selera, kebutuhan, daya beli, dan kenyamanan mereka (Usher & Pradita, 2018).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di banyak negara merupakan salah satu pendorong terkuat perekonomian rakyat terutama di negara Indonesia (Yosefa, 2022) dikarenakan sebagian besar pengusaha kecil dan menengah berasal dari bisnis milik keluarga atau industri rumah tangga yang mengandalkan SDM keluarga (Styawati et al., 2021)

Sebelum melakukan transaksi pembelian biasanya konsumen akan memilih tahapan Desain toko yang bisa disebut seperti tata ruang, letak bangku, letak keamanan berteduh saat hujan, letak minuman, makanan Desain toko yang baik adalah desain toko yang pasti menyesuaikan dengan kondisi para konsumen (Mia Tiara et al., 2022). Lalu desain toko yang memberikan kesan menarik dan nyaman dalam menciptakan desain toko. (Usher & Pradita, 2018)

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry mengatakan terdapat lima indikator dalam menentukan kualitas jasa / layanan yaitu salah satunya adalah :

- a. *Tangible*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan tata ruang, tersedianya tempat berkualitas, kebersihan, kerapian, kenyamanan, kelengkapan peralatan dan penampilan owner/karyawan. (Along, 2020)

Desain eksterior merupakan salah satu bagian dari desain toko, berupa perabotan toko yang memadai seperti tempat yang disediakan untuk para konsumen, disediakan jarak antara tempat tata letak konsumen sehingga menimbulkan rasa nyaman dan ketertarikan pada konsumen (Utami, 2020)

Tata Ruang Toko merupakan desain barang, pegawai dan perkembangan area konsumen di toko tersebut (Widnyani et al., 2021). Pemilik toko atau customer harus mempersiapkan sebaik mungkin hal ini dengan desain yang memikat dan terbuka secara efektif untuk customer. (Putra & Nurcaya, 2019) desain toko / perencanaan tata ruang bagi setiap ritel yang berperan sebagai pencipta suasana yang berperan sebagai pencipta suasana yang nyaman dan sesuai keinginan customer menyebabkan customer merasa perlu memilih toko tersebut. (Domnina Rani PR, S.Psi., M.Si., 2022).

Transformasi digital adalah proses transisi yang digunakan oleh bisnis atau organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasi harian mereka untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan standar layanan pelanggan (Tulungen et al., n.d.). Ini terdiri dari perubahan prosedur organisasi, pengembangan kapasitas, dan penerimaan teknologi baru termasuk internet, perangkat seluler, komputasi awan, data besar, dan analitik (Astuti, 2022a). Bahwa Tujuan transformasi digital adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan peningkatan pengalaman (Widnyani et al., 2021).

Penulis memfokuskan pada Desain toko *Kebab Premium* yang memang sebelum dilakukan Transformasi kondisi tidak sesuai dengan desain tepat untuk UMKM yang dianjurkan, ketidaktepatan desain toko, tata letak dan minim nya tempat makan seperti meja, kursi kenyamanan seperti pelindung kostumer disaat hujan. Penulis melakukan transformasi dengan merubah tata letak makanan, minuman, snack snack, lalu memberikan saran masukan kepada pemilik toko untuk menambahkan kursi dan meja, serta memasang terpal sebagai tempat berteduh costumer pemilik toko menyetujui hal tersebut sehingga penulis membantu pemilik toko untuk membuat Transformasi Desain toko pada *Kebab Premium*. Manfaat penelitian ini sebagai bentuk kemajuan Toko *Kebab Premium* di era banyak nya pesaing.

MATERI DAN METODE

Sasaran

Sasaran yaitu ditunjukkan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Kebab Premium*. Tujuan penelitian ini mengenai Desain Toko dimana Desain Toko ini sangat berpengaruh dalam jual beli dan mengubah situasi agar lebih nyaman dan menarik (Setiawan & Mahfudz, 2019).

Kebab Premium ini Sangat tepat sekali karena baru saja dibuka nya tempat wisata Meikarta Central Park Meikarta Central Park adalah sebuah taman yang terletak di kawasan Meikarta, sebuah kota baru yang dikembangkan oleh Lippo Group di Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia (Mansyah et al., 2011). Taman ini dikembangkan sebagai fasilitas rekreasi

bagi penduduk kota baru tersebut dan diharapkan menjadi salah satu daya tarik wisatawan yang datang ke kota tersebut. Meikarta Central Park diharapkan akan menjadi salah satu tempat rekreasi yang populer di kawasan tersebut, sehingga memungkinkan untuk mendirikan usaha makanan di sana (Lestari, 2020). Kemungkinan besar banyak wisatawan yang akan datang ke taman tersebut, sehingga akan menjadi pasar yang potensial bagi usaha makanan (Agestina & Susilowati, 2019). Selain itu, tersedia fasilitas seperti area picnic dan barbeque serta restoran dan kafe di taman tersebut akan menambah kesempatan bagi usaha makanan untuk berkembang (Sinaga et al., 2020).

Metode

Metode yang digunakan penelitian Kualitatif dengan Teknik Wawancara Owner dan observasi melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian sehingga sangat memahami kondisi sebelum transformasi dan sesudah Transformasi data di ambil secara langsung dilokasi Meikarta Cikarang (Cahya et al., 2021). Informan dalam penelitian owner dari usaha *Kebab Premium* itu sendiri. Penelitian ini dilakukan secara langsung dan wawancara dilakukan secara berkala yang pertama secara :

1. Via zoom meeting
2. Luring

Prosedur penelitian dilakukan dengan menyusun salah satu rancangan penelitian, menentukan analisis dan pengumpulan data yang diambil secara 2 tahapan yang sudah dilakukan oleh penulis. Desain

penelitian menyesuaikan fokus judul penelitian yaitu Desain Toko.

PEMBAHASAN

Pengembangan usaha sektor perdagangan dari waktu ke waktu semakin mengalami peningkatan baik perdagangan secara offline maupun online pengaruh besar terhadap usaha adalah Desain toko yang tepat harus mengarah pada efisiensi dan efektivitas toko tersebut (Astuti, 2022).

Toko yang memiliki lokasi sangat strategis tetap membutuhkan tampilan yang menarik agar selalu di ingat dan dikunjungi konsumen secara terus menerus karena salah satu daya ingat konsumen terhadap suatu toko adalah Rasa dan Tampilan maka dari itu sangat penting untuk menambahkan kesan menarik dimata konsumen (Mardhiyah & Safrin, 2021).

Awal mula usaha ini ketika Covid 19 yang sangat berpengaruh pada pekerja terutama pada bidang perekonomian salah satu yang terkena dampak covid19 yaitu ayah dari owner kebab premium mengalami musibah terkena PHK dari perusahaan nya. Selain terkena dampak covid 19 PHK adapula kesulitan mencari kerja bagi keluarga yang baru lulus sekolah maupun tidak bekerja sebelum nya. namun pihak keluarga memutuskan untuk membuka suatu usaha yang dijalankan bersama dengan sistem membagi waktu untuk menjaganya yaitu Usaha Kebab Premium. Usaha yang selalu buka diwaktu yang tepat yaitu sabtu dan minggu dimana waktu tersebut adalah waktu terbaik dalam suatu usaha karena masyarakat libur sekolah dan libur kerja sejenak maka tak heran bila toko Kebab Premium dibanjirkan oleh

konsumen yang membeli sehingga mendapatkan hasil di atas rata-rata.

Menurut Ananda S.H (2018) Pertumbuhan inovasi usaha merupakan salah satu tantangan perusahaan ditengah banyaknya pesaing yang harus dipenuhi guna menciptakan perubahan setiap usaha dengan awal ide pemimpin bisnis dan setiap pemberi saran dan masukan banyak cara yang ditempuh berkaitan dengan strategi pertumbuhan usaha salah satunya yakni perubahan Desain Toko.



Gambar 1.1 Desain toko semula sebelum adanya Transformasi Desain.



Gambar 1.2 Dokumentasi Wawancara via zoom dengan Owner dan pembahasan mengenai Transformasi.

Setelah dilakukan wawancara oleh pihak Toko lalu peneliti menyampaikan semua ide yang akan di terapkan di toko Kebab Premium. Peneliti pun membicarakan terkait biaya yang harus disiapkan namun pihak Owner siap untuk menyiapkan beberapa pengeluaran dan menyerahkan Desain Toko sesuai dengan arahan Penulis/Peneliti.

Agenda yang akan dilaksanakan yang utama yaitu :

1. Penambahan meja dan kursi.
2. Terpal di sisi kanan.
3. Tata letak meja, kursi, makanan



Gambar 1.3



Gambar 1.4



Gambar 1.5



Gambar 1.6



Gambar 1.7



Gambar 1.8

Gambar 1.3 sampai 1.8 adalah gambar dokumentasi hasil dari perubahan Transformasi yang dilakukan oleh pihak Owner sesuai dengan saran penulis. Pihak penulis pun membantu dalam penyusunan pihak owner hanya membantu dalam ketersediaan yang dibutuhkan untuk

Transformasi.

Setelah dilakukan Transformasi mulai dari tata letak, penambahan meja dan kursi, penambahan terpal sebagai tempat berteduh kostumer saat hujan sangat berpengaruh karena kostumer sangat senang dengan perubahan ini sampai ketika hujan kostumer tetap dalam situasi aman. berbeda dengan toko yang lain nya Kebab Premium jadi memiliki lebih banyak meja dan kursi sehingga lebih banyak pula pembeli yang menyantap makanannya Dine In (makan ditempat) Dine in salah satu keuntungan Owner karena ketika kostumer Dine In maka akan sering Kostumer tersebut membeli makanan atau minuman secara berkala sehingga menambahkan pemasukan untuk toko.

PENUTUP

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan yaitu Desain Toko terhadap minat beli Kebab Premium penelitian ini berjalan sesuai dengan yang di harapkan Hasil dari Transformasi Desain Toko dinyatakan berhasil dilakukan oleh penulis sekaligus peneliti dalam jangka waktu sesaat pihak toko mengabarkan bahwa kegiatan ini sangat berpengaruh besar dalam penjualan. Tidak banyak yang dapat diTransformasikan dikarenakan semua desain sudah menjadi SOP dari Meikarta yang memang tidak boleh di ubah, yang boleh diubah hanya penambahan barang yang dibutuhkan dengan alasan tidak mengganggu toko lain.

SARAN

Saran saya sebagai penulis lebih tepat untuk pihak kantor Meikarta Central Park untuk mengajak para Owner dalam perubahan dan menyesuaikan zaman dengan menerapkan segala sesuatu nya mengikuti zaman.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN HANNA KEBAB DI KEBUMEN 1 Khusnul Agestina, 21 S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 1*(1), 110–121.
2. Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 006*(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
3. Astuti, D. (2022a). Desain Organisasi Di Toko Eka. *Jurnal Dunia Bisnis, 2*(4), 1–12. <http://duniabisnis.org/index.php/duniabisnis/article/view/274%0Ahttp://duniabisnis.org/index.php/duniabisnis/article/download/274/262>
4. Astuti, D. (2022b). Desain Organisasi Di Toko Eka. *Jurnal Dunia Bisnis, 2*(4), 1–12.
5. Cahya, A. D., Aminah, A., Rinaja, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4*(2), 857–863. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.407>
6. Domnina Rani PR, S.Psi., M.Si., C. (2022). Hubungan Antara Persepsi Store Atmosphere dan Impulsive Buying Pada Konsumen Mirota Kampus. *Hubungan Antara Persepsi Store Atmosphere Dan Impulsive Buying Pada Konsumen Mirota Kampus, 4*(1), 88–100.
7. Lestari, C. A. (2020). Wacana Komunikasi Lingkungan dalam Iklan Properti Meikarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI, 17*(1), 91–106. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i1.1631>
8. Mansyah, A., Mufidi, F., & Bolger, V. (2011). *Pengaturan Jual Beli Apartemen dengan Cara Penjualan Sebelum Proyek dibangun oleh Lippo dalam Proyek Meikarta dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2011 tentang Rumah Susun JO Buku ke Tiga BW tentang Perikatan Apartment Sale and Purchase Arrangement with the Way of Selling Before the Project Built by Lippo in the Meikarta Project Linked to the Law of the Republic of Indonesia of 2011 Concerning Flats Houses JO Third Book BW on Engagement Pendahuluan Pre Project Selling adalah sistem penjualan sebelum proyek Jawa Barat yang di gagas oleh Lippo yang benar-benar baru sebab ,*

- grand Grup . Rencana awal pada tahap.* 780–786.
9. Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
<https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
 10. Produk, D., Pelayanan, K., & Beli Ulang, M. (2022). *the Effect of Store Spatial, Product Variation, Product Design and Service Quality on Repurchasing Interest At Zero Outlet Singaraja Pengaruh Tata Ruang Toko, Variasi Produk, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Zero Outlet Singaraja.* 6, 68–73.
 11. Putra, K. D. A., & Nurcaya, I. N. (2019). Pengaruh Layout Toko Dan Visual Merchandising Toko Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Supermarket Tiara Dewata Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3086.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p18>
 12. Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1– 189.
<https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
 13. Setiawan, Z. A., & Mahfudz, M. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Inovasi, dan Penggunaan Teknologi Sebagai Strategi Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi pada Toko Grosir Makanan dan Minuman di Provinsi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 18(2), 184–201.
<https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.184-201>
 14. Sinaga, O. S., Putri, D. E., Banjarnahor, A. R., Halim, F., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 151.
<https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1447>
 15. Styawati., Hendrastuty, N., Isnain, A. R., & Rahmadhani, A. Y. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Program Kartu Prakerja Pada Twitter Dengan Metode Support Vector Machine. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 6(3), 150–155.
 16. Tulungen, E. E. W., Saerang, D. P. E., Maramis, J. B., Studi, P., Ilmu, D., Ratulangi, U. S., & Digital, K. (n.d.). *TRANSFORMASI DIGITAL : PERAN KEPEMIMPINAN DIGITAL DIGITAL TRANSFORMATION: ROLE OF DIGITAL LEADERSHIP.* 10(2), 1116–1123.

17. Usher, D., & Pradita, D. (2018). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*.
18. Utami. (2020). Analisis Pengaruh Desain Toko, Tata Letak Toko, Komunikasi Visual, Dan Pencahayaan Terhadap Impulse Buying Di Transmart Carrefour Palembang. *Analisis Pengaruh Desain Toko, Tata Letak Toko, Komunikasi Visual, Dan Pencahayaan Terhadap Impulse Buying Di Transmart Carrefour Palembang, ANALISIS PENGARUH DESAIN TOKO, TATA LETAK TOKO, KOMUNIKASI VISUAL, DAN PENCAHAYAAN TERHADAP IMPULSE BUYING DI TRANSMART CARREFOUR PALEMBANG*, 16.
19. Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>
20. Yosefa, Y. (2022). Analisis Desain Organisasi Pada EL'Laundry. *Jurnal Dunia Bisnis*, 2(6), 1–9. Book : Hussein,sabil ananda.(2018),*Metode design thinking untuk inovasi bisnis*.Veteran Malang

PROFIL SINGKAT

Muthiah shafana adiyanti kelahiran Bekasi, 10 April 2001. Saat ini sedang menempuh Pendidikan S1 program studi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA dan lulus pada tahun 2023. Aktivitas sedang menyusun tugas akhir.