

Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Kendala Pada UMKM Toko Boneka Opik Collection

Astika Hardianti¹, Aida Rahmah², Feby Diniyanti³, Upi Yuleni⁴, Ujang Suherman⁵

Universitas Buana Perjuangan Karawang¹²³⁴⁵, Karawang, Indonesia

mn22.astikahardianti@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, mn22.aidarahmah@mhs.ubpkarawang.ac.id²,

mn22.febydiniyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id³, mn22.upiyuleni@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴,

ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id⁵

Informasi Artikel	Abstract
Vol: 1 No : 4 2024 Halaman : 171-175	<i>This study aims to analyze the decision-making theory applied in one of the operations of a doll sales wholesale store in Kampung Doll Cikampek. In a competitive business environment, effective decision-making is the key to the success of a grocery store in meeting market demand and increasing profitability. Using a decision analysis approach involving factors such as consumer demand, price competition, and stock availability, this study identifies various decision-making models used by doll grocery store managers. This data is collected through direct interviews with grocery store owners, as well as the analysis of internal documents related to procurement and distribution policies. The results show that purchasing decisions and pricing are greatly influenced by external factors such as consumer trends and fluctuations in raw material prices, while internal factors such as warehouse capacity and relationships with suppliers also play an important role. This research provides insight into the importance of adaptive decision-making strategies in the face of rapidly changing market dynamics.</i>
Keywords: Decision Making Grocery stores Doll sales	

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teori pengambilan keputusan yang diterapkan di salah satu operasional toko grosir penjualan boneka yang ada di Kampung Boneka Cikampek. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, pengambilan keputusan yang efektif menjadi kunci utama untuk keberhasilan toko grosir dalam memenuhi permintaan pasar dan meningkatkan profitabilitas. Dengan menggunakan pendekatan analisis keputusan yang melibatkan faktor-faktor seperti permintaan konsumen, persaingan harga, serta ketersediaan stok, penelitian ini mengidentifikasi berbagai model pengambilan keputusan yang digunakan oleh pengelola toko grosir boneka. Data ini dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan pemilik toko grosir, serta analisis dokumen internal terkait kebijakan pengadaan dan distribusi barang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian dan penentuan harga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tren konsumen dan fluktuasi harga bahan baku, sementara faktor internal seperti kapasitas gudang dan hubungan dengan pemasok juga memegang peranan penting. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya strategi pengambilan keputusan yang adaptif dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah.

Kata Kunci : Pengambilan keputusan, toko grosir, penjualan boneka

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang begitu penting dalam perekonomian di Indonesia. Keberadaan UMKM ini juga memberikan peluang lapangan pekerjaan bagi penduduk di Indonesia. Peran UMKM tidak hanya sampai di situ, usaha ini juga memberi kontribusi penting pada pengembangan ekonomi nasional dan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu pengambilan Keputusan dalam menentukan strategi penjualan di tengah banyaknya persaingan dagang.

Salah satu potensi UMKM unggulan di Kabupaten Karawang adalah industri boneka yang terdapat di Kecamatan Cikampek dan Kecamatan Kota Baru. Cikampek terkenal sebagai salah satu penghasil boneka karena terdapat Kampung Boneka yang dimana banyak masyarakat yang berprofesi

sebagai pengrajin boneka dan banyak toko - toko yang menjual berbagai macam jenis boneka. Kampung Boneka berdiri dari tahun 1980-an dan tetap bertahan hingga saat ini. Kampung Boneka telah menerima berbagai penghargaan, salah satunya penghargaan dari PT Ayo Jalan – Jalan dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2019.

Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan perubahan trend pasar, pelaku UMKM toko grosir boneka di Karawang seringkali dihadapkan pada berbagai dilema dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam bisnis toko grosir boneka di Kampung Boneka, Cikampek. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang efektif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM di sektor industri kreatif.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui kendala dalam pengambilan keputusan di UMKM toko boneka Opik Collection seperti:(1) Ketersediaan dan pengelolaan tenaga kerja; (2) Pengelolaan modal dan keuangan; (3) Pengelolaan bahan baku; (4)Strategi pemasaran yang diterapkan.

METODE

Penelitian ini dilakukan di UMKM Boneka Opik Collection yang berada di Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kota Baru, Kabupaten Karawang. Penelitian ini dilakukan dari bulan Mei 2024 –Agustus 2024. Penelitian yang dilakukan yaitu membahas mengenai analisis kelayakan usaha.

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM boneka Opik Collection data primer diperoleh secara langsung, yang memberikan wawasan langsung tentang operasional bisnis, masalah, dan peluang pertumbuhan. Proses observasi juga memungkinkan untuk memahami dengan mendalam mengenai hal-hal yang terjadi di lapangan, seperti produksi, distribusi, dan pemasaran. Selain itu, data sekunder secara tidak langsung dikumpulkan melalui berbagai literatur yang relevan. Dokumen internal perusahaan, buku-buku terkait, skripsi penelitian terdahulu, jurnal akademik, dan sumber lain yang mendukung konteks dan pemahaman penelitian.

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan **kualitatif**, yang bertujuan untuk mengeksplorasi proses, faktor, dan pengalaman yang memengaruhi pengambilan keputusan di UMKM toko grosir boneka.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Grosir Boneka Opik Collection, yang berlokasi di Desa Cikampek Utara, Kecamatan KotaBaru, Karawang, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik toko yang berperan sebagai pemasok utama boneka di wilayah sekitar, sehingga sesuai dengan fokus penelitian terkait pengelolaan usaha pada UMKM.

Adapun waktu penelitian dilakukan pada tanggal 14 Desember 2024 peneliti melakukan serangkaian kegiatan, termasuk observasi langsung di lokasi, wawancara dengan pemilik, serta pengumpulan data tambahan dari dokumen operasional toko.

Prosedur Penelitian

Langkah awal dalam penelitian ini adalah menentukan fokus penelitian seperti strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan, yaitu dengan cara melakukan observasi langsung pada UMKM

grosir boneka dan wawancara dengan pemilik usaha untuk memahami tantangan utama yang dihadapi. Subjek penelitian adalah Bapak Opik selaku pemilik usaha grosir boneka Opik Collection.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui wawancara semi – terstruktur dengan subjek penelitian yang dipilih berdasarkan fokus penelitian yang dipilih, yaitu strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko boneka Opik Collection. Instrumen wawancara dirancang untuk mengidentifikasi kendala dalam pengambilan keputusan, yang mencakup berbagai aspek seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku dan pemasaran. Sedangkan data sekunder melibatkan sumber -sumber terkait, seperti artikel ilmiah dan publikasi yang mencakup topik teori pengambilan keputusan dan studi kasus serupa lainnya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam bersama subjek yang disesuaikan dengan ketersediaan subjek. Wawancara berlangsung antara 10 hingga 15 menit, direkam atas izin responden, dan kemudian ditranskripsikan untuk analisis lebih lanjut.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, di mana tema - tema utama yang muncul dari hasil wawancara diidentifikasi. Proses analisis mencakup: pembacaan awal transkrip wawancara untuk memahami konteks dan isu utama yang muncul, identifikasi tema utama berdasarkan jawaban subjek, temuan dari wawancara divalidasi dengan data sekunder untuk memastikan konsistensi dan keabsahan penelitian ini, dan penarikan Kesimpulan yang mempertimbangkan hubungan antara kendala dan strategi pengambilan keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko boneka Opik Collection merupakan salah satu UMKM di karawang yang menjual berbagai macam jenis boneka. Toko boneka Opik Collection sudah berdiri lebih dari 10 tahun. Selama lebih dari 10 tahun tersebut, tentunya toko Opik Collection telah menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnisnya. Karena hal ini, bapak Opik selaku pemilik toko Opik Collection sering menghadapi situasi pengambilan keputusan untuk bisnisnya ini. Beberapa tantangan atau kendala telah dianalisis melalui wawancara yang dilakukan bersama bapak Opik, sebagai Berikut :

Ketersediaan Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja di UMKM, termasuk di toko grosir boneka, merupakan aspek penting yang mendukung keberlangsungan operasional dan pencapaian tujuan bisnis. Pada toko grosir boneka Opik Collection ini, tenaga kerja nya adalah langsung pemilik dari toko tersebut, kemudian diperbantukan tenaga tambahan hanya jika pesanan sedang meningkat.

Pengelolaan Modal dan Keuangan

Pengelolaan modal merupakan aspek penting dalam operasional dan keberlanjutan bisnis UMKM, termasuk toko grosir boneka. Modal yang dikelola dengan baik dapat membantu UMKM menghadapi tantangan pasar, meningkatkan produktivitas, dan mengoptimalkan keuntungan. Dari hasil wawancara yang dilakukan di took grosir boneka Opik Collection, disampaikan bahwa sumber modal utama berasal dari modal pribadi pemilik toko.

Pengelolaan Bahan Baku

Pengelolaan bahan baku merupakan bagian krusial dalam keberlangsungan operasional UMKM, termasuk toko grosir boneka. Pengelolaan bahan baku yang efektif memerlukan perencanaan,

pengendalian, dan evaluasi yang berkelanjutan. Dalam konteks toko grosir boneka, memastikan ketersediaan, kualitas, dan efisiensi penggunaan bahan baku dapat membantu UMKM menghadapi persaingan dan menjaga keberlanjutan bisnis. Hal ini menunjukkan pentingnya hubungan baik dengan pemasok dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan bahan baku.

Strategi Pemasaran

Pemasaran yang efektif merupakan kunci utama dalam meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM, termasuk toko grosir boneka. Pemilik toko Opik Collection memasarkan produknya secara langsung di toko, kemudian melakukan pemasaran produk secara Online dan Reseller, melakukan promosi produk di media sosial, sehingga jangkauan produk dapat terserbar luas.

Tantangan dan Kendala Lainnya

Tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM grosir boneka, meliputi beberapa aspek penting seperti Persaingan yang Ketat, Pelaku UMKM di sektor grosir boneka seringkali dihadapkan pada persaingan yang semakin meningkat, baik dari sesama pelaku usaha lokal maupun dari produk impor yang mungkin lebih murah atau lebih menarik bagi konsumen. Kemudian ada Pengelolaan Modal dimana dalam Pengelolaan modal yang efektif sangat penting untuk keberlanjutan bisnis. Banyak UMKM, termasuk toko grosir boneka, bergantung pada modal pribadi pemilik, yang dapat menjadi kendala jika tidak dikelola dengan baik.

Adapun Pengelolaan Bahan Baku juga menjadi tantangan dan kendala terkait ketersediaan dan kualitas bahan baku yang baik sangat penting untuk produksi. Pengelolaan bahan baku yang tidak efisien dapat mengganggu operasional dan daya saing. Perubahan Tren Pasar juga berpengaruh karena hal ini UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan tren konsumen yang cepat. Ketidamampuan untuk mengikuti tren dapat mengakibatkan penurunan permintaan.

Kemudian tantangan dan kendala yang selanjutnya Keterbatasan Sumber Daya Manusia, dalam hal ini banyak UMKM, termasuk Opik Collection, mengandalkan tenaga kerja yang terbatas, yang dapat menjadi kendala dalam memenuhi permintaan yang meningkat. Dan tantangan dan kendala yang terakhir adalah Strategi Pemasaran apabila dalam melakukan strategi pemasaran yang kurang efektif dapat menghambat penjualan. UMKM perlu memanfaatkan media sosial dan platform online untuk menjangkau lebih banyak konsumen

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan di UMKM Toko Grosir Boneka Opik Collection dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik eksternal maupun internal. Faktor eksternal seperti tren konsumen dan fluktuasi harga bahan baku memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian dan penentuan harga. Sementara itu, faktor internal seperti kapasitas gudang dan hubungan dengan pemasok juga berperan penting dalam operasional bisnis.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya strategi pengambilan keputusan yang adaptif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM di sektor industri kreatif, serta mendorong UMKM untuk memanfaatkan media sosial dan platform online dalam strategi pemasaran mereka.

REFERENCES

Erliyansa, E., Sayuti, M., Rohmah, Y. S., & Sulastri, F. (2024). ANALISIS KELAYAKAN USAHA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) BONEKA HARUMAN JAYA CIKAMPEK UTARA KABUPATEN KARAWANG. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 6620-6639.

DAMAYANTI, L. P. (2022). IMPLEMENTASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DI UMKM.

- Arfian, Z., Rizke, M. B., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(1), 31-40.
- Paludi, S., & Nurchorimah, S. (2021). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2), 144-160.
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi pemasaran untuk meningkatkan usaha kecil menengah berbasis industri kreatif melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Marsyela, Marsyeli, & Maidiana. (2023). JURNAL BAHASA INDONESIA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PERILAKU ORGANISASI. *JURNAL BAHASA INDONESIA*, 01(02), 56-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.59966/jbi.v1i2.651>