

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 5, Juni 2023

e-ISSN: 2986-6340

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8039162>

Motivasi Kinerja Karyawan dan Pelanggan di Toko Boneka Zachryan Toys

Abizachryan Akbar¹, Amelia Ramadanti², Dwi Epty Hidayaty³, Santi Pertiwi Hari Sandi⁴¹²³⁴Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Buana Perjuangan Karawang

Email: mn21.abizachryanakbar@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, mn21.ameliaramadanti@mhs.ubpkarawang.ac.id², santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id³, dwi.epty@ubpkarawang.ac.id⁴

Abstrak

Toko Zachryan Toys adalah industri kecil yang bergerak di bidang penjualan yang berjenis boneka grade ori. Usaha ini berdiri tahun 2012 di Kampung baru, Cikampek Kab.Karawang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pemilik, diketahui bahwa adanya penurunan omset penjualan di tahun 2019 dengan adanya Covid ditahun tersebut dan mulai berjalan normal kembali di tahun 2021. Tujuan penelitian yang hendak dicapai yaitu; mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Toko Zachryan Toys, mengetahui keunggulan dan ketertinggalan dibandingkan pesaingnya, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan mengetahui segmentasi, targeting, dan positioning yang baik sehingga dapat menentukan usulan yang tepat. Konsep 7P yaitu product, price, place, promotion, physical evidence, people, process dan konsep segmentasi, targeting, dan positioning digunakan untuk membantu dalam penelitian terhadap Toko Zachryan Toys di Kampung baru, Cikampek Kab.Karawang guna mencapai peningkatan omset penjualan. Segmentasi dibagi berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Ketatnya persaingan dunia bisnis sekarang ini didapati gejala perkembangan yang lebih pesat dalam penguasaan pangsa pasar dengan skala makro. Perusahaan makro maupun mikro seperti Toko Zachryan toys, saling berbondong-bondong guna mendapatkan tempat pemasaran sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Banyaknya kompetitor baru menyebabkan omzet Toko Zachryan Toys menjadi menurun. Penelitian ini bertipe field research (penelitian lapangan) dengan menggunakan lapangan sebagai acuan utama. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitatif. Data yang di dapat bersumber dari data primer dimana peneliti melakukan wawancara, observasi di Toko Zachryan toys. Hasil dari penelitian ini bahwa semakin banyaknya kompetitor baru yang ada, menjadikan omzet di Toko Zachryan toys menjadi menurun. Hasil dari penelitian ini bahwa semakin banyaknya kompetitor baru yang menjadikan omzet di Toko Zachryan toys menjadi menurun, maka dibutuhkan strategi bersaing yang baik supaya memenangkan persaingan dengan kompetitor lainnya dan omzet menjadi meningkat. Seharusnya Toko Zachryan toys juga menerapkan inovasi baru pada kemasan boneka untuk membedakan Boneka satu dengan yang lainnya supaya konsumen lebih tertarik pada produk Boneka Ditoko Zachryan toys Cikampek, dan juga Toko Zachryan toys Cikampek harus gencar dalam berpromosi melalui berbagai media online.

Kata Kunci: *Strategi, Persaingan, Peningkatan Omzet*

Abstract

Zachryan Toys store is a small industry engaged in the sale of grade ori dolls. This business was founded in 2012 in Kampung Baru, Cikampek, Karawang Regency. Based on the results of interviews with the owner, it is known that there was a decrease in sales turnover in 2019 due to Covid that year and starting to run normally again in 2021. The research objectives to be achieved are; knowing the level of importance and performance level of Zachryan Toys Store, knowing its advantages and disadvantages compared to its competitors, knowing the level of customer satisfaction, and knowing good segmentation,

targeting and positioning so that it can determine the right proposal. The 7P concept, namely product, price, place, promotion, physical evidence, people, process and the concept of segmentation, targeting and positioning is used to assist in research on the Zachryan Toys Store in Kampung Baru, Cikampek, Karawang Regency in order to achieve increased sales turnover. Segmentation is divided based on geographic, demographic, psychographic, and behavioral. Today's intense competition in the business world is symptomatic of more rapid development in controlling market share on a macro scale. Macro and micro companies such as the Zachryan toys shop, are flocking to each other to get a marketing place so that there will be competition in fighting for market share and consumers. the number of new competitors caused the turnover of the Zachryan Toys Store to decrease. This type of research is field research (field research) using the field as the main reference. The method used in this research is qualitative. The data obtained were sourced from primary data where researchers conducted interviews, observations at the Zachryan toys store. The results of this study show that the more new competitors there are, the lower the turnover at the Zachryan Toys Store. The results of this study show that the increasing number of new competitors makes turnover at the Zachryan Toys Store decrease, so a good competitive strategy is needed in order to win the competition with other competitors and increase turnover. The Zachryan toys shop should also implement new innovations in doll packaging to differentiate dolls from one another so that consumers are more interested in doll products in the Zachryan toys Cikampek shop, and also the Zachryan toys Cikampek shop must be aggressive in promoting through various online media.

Keywords: *Strategy, Competition, Increasing Turnover*

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan dunia bisnis sekarang ini didapati gejala perkembangan yang lebih pesat dalam penguasaan pangsa pasar dengan skala makro. Perusahaan makro maupun mikro seperti took Zachryan Toys, saling berbondong-bondong guna mendapatkan tempat pemasaran sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen.

Perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat, bangsa dan negara. Disadari atau tidak bahwa setiap manusia di dunia ini tidak akan bisa lepas dari yang namanya dunia perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya.

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh sebab itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Manajemen perusahaan diharapkan mampu melakukan pemasaran yang efektif dalam memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada pelanggan secara luas sehingga omzet penjualan produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.

Karena itu, toko Zachryan toys harus mampu menjalankan kegiatan persaingan dengan lebih efektif dan efisien. Karena dibutuhkan sebuah konsep yang baik dalam kegiatan pemasaran, sehingga sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan atau konsumen.

Awal mula usaha boneka ini dimulai itu karena ia melihat situasi di daerah kampung baru cikampek, karena daerah tersebut tempat memproduksi boneka-boneka capit dan lainnya, kemudian ia melihat temanya yang sedang memulai usaha boneka ini, lalu ia merasa penasaran ingin mencoba usaha ini dan mempertimbangkan bagaimana kedepannya apakah bisa menjanjikan

dan berjalan dengan lancar karena ia merasa ini awal dari usaha tersebut, dengan demikian usaha tersebut berjalan dengan lancar hingga berkembang sampai saat ini.

Zachryan Toys berdiri pada tahun 2012 yang di dirikan oleh ibu ani, zachryan toys merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang segi kerajinan, usaha ini menjual beberapa model boneka dan berbagai macam ukuran, lokasi zachryan toys berada di jalan kampung baru cikampek karawang jawa barat, jam operasional nya senin-minggu dari jam 08:00-19:00.

Sistem penjualan yang selama ini digunakan oleh Asrama Boneka adalah dengan cara penjuajualan di stan toko untuk memasarkan boneka. Sistem penjualan dengan cara ini membutuhkan waktu yang lama dalam proses penjualan boneka tersebut maka sistem ini dinilai kurang efektif dan efisien. Jika hanya mengandalkan sistem penjualan dengan cara tersebut maka pendapatan Asrama Boneka tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Selain itu perkembangan penjualan dinilai agak lambat. Oleh karena itu dirancang suatu sistem penjualan secara online dengan menggunakan media web atau internet dengan tujuan untuk meminimalkan waktu proses penjualan dengan tujuan dapat meningkatkan volume penjualan sehingga pendapatan Asrama Boneka dapat meningkat.

Strategi pemasaran ini yang dilakukan sudah cukup maksimal karena usaha ini selalu rajin dalam hal membicarakan kepada orang-orang disekitar lingkungannya, dan usaha ini mempunyai lokasi yang cukup strategis karena berada di pinggir jalan kampung baru cikampek, target pasar ini banyak diminati oleh para customer yang memiliki mesin capit boneka dan banyak diminati oleh masyarakat yang menyukai boneka dengan segala ukurannya atau modelnya, pengusaha tersebut juga rajin mengiklankan disosial media untuk produk yang baru atau tentang kegiatan lainnya, dan selalu mendapatkan request dari pembeli atau customer nya untuk mencapai produk yang diinginkan.

Mainan anak merupakan salah satu bisnis terbesar di dunia yang menjanjikan keuntungan besar, dan menjadi komoditi yang berpengaruh pada Indonesia sebagai negara dengan populasi anak usia 0 sampai dengan 14 tahun yang berdasarkan *CIA World Factbook* mencapai lebih dari 26 persen (CIA 2013). Mainan anak adalah salah satu sasaran utama industri global, menurut Kementerian Perdagangan, hingga bulan Agustus 2013 nilai impor mainan anak telah mencapai 60 juta dolar, dengan 95 persen di antaranya berasal dari Cina.

Dalam hal ini wirausaha dituntut harus memiliki ciri – ciri seorang wirausaha. Untuk menunjang keberhasilan usahanya, penulis dalam penelitian ini mengerucutkan menjadi dua ciri yaitu percaya diri dan keberanian mengambil resiko. Sektor perdagangan yang bergerak dalam penjualan produk boneka sangat memerlukan upaya ekstra untuk mencapai hasil yang memuaskan. Karena disebabkan tingginya tingkat persaingan. Maka dari itu pemilik usaha boneka harus memiliki kepercayaan diri atas kemampuannya untuk bisa membuat boneka yang dapat memenuhi kebutuhan pasar & jual keberanian mengambil resiko yang bertenaga agar dapat bekerja keras & bertahan pada persaingan pasar yang juga semakin ketat. Salah satu sektor usaha yang menjual produk boneka ialah Zachryan toys Kampung Baru Cikampek.

Bagi pengrajin boneka, peluang dalam menghadapi tantangan tersebut adalah dengan meningkatkan kemampuan dan mencapai kinerja maksimal dalam menghasilkan produk-produk boneka yang berkualitas dan aman. Kinerja tersebut salah satunya terkait pada peningkatan jumlah produksi boneka sesuai dengan permintaan pasar dan pemenuhan standar yang menjamin kekuatan fisik boneka serta keamanan zat kimia yang terkandung dalam bahan-bahan pembuatnya. Pemenuhan standar ini, selain karena SNI mainan anak sudah wajib, juga untuk menghindari konsekuensi yang tidak diinginkan

METODE

Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara secara langsung, website, dan sumber-sumber tertulis baik yang tercetak maupun media elektronik sehingga dapat memperjelas penelitian ini. Yang dilaksanakan pada tanggal 29 Maret 2023. Yang beralamat di Jl. Kota Baru perumahan Rancamanyar Desa. Wancimekar Kec. Cikampek Kab. Karawang. Metode penelitian yang digunakan dalam kunjungan toko Zachryan Toys adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi : Metode observasi melibatkan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas dan interaksi penjual dan pembeli di toko zachryan toys. Peneliti dapat melihat dan mengamati perilaku karyawan, interaksi karyawan dan pembeli, pengelolaan stock barang, pelayanan karyawan, dan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan.
- 2) Wawancara : Metode wawancara ini dilakukan dengan owner atau pemilik toko boneka zachryan toys dengan memberikan informasi akurat dan berharga bagi peneliti tentang toko boneka zachryan toys, strategi pemasaran, dan upaya yang dilakukan untuk bersaing dengan pra pesaing toko boneka lainnya. Wawancara ini dapat dilakukan secara langsung. Sistem yang diterapkan atau yang sedang berjalan mengenai penjualan boneka masih menggunakan pencatatan manual ditinjau dari segi fungsi penjualan boneka agar lebih mudah mendapatkan informasi mengenai ketersediaan boneka, maka dibutuhkan nya sistem informasi yang terintegrasi.
- 3) Survei : Survei ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data informasi tentang asal usul berdirinya toko zachryan toys dan perjalanan semasa awal berdiri hingga sekarang banyak nya pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kunjungan

Bagian ini menyajikan hasil pelaksanaan kegiatan kunjungan indsutri yang dijelaskan secara deskriptif. Hasil kegiatan kunjungan dapat dilengkapi dengan tabel, grafik, gambar, bagan atau narasi.

1) Aspek Keuangan

Penentuan harga sekarang ini lebih cenderung harus sesuai dengan harga pasar untuk mengurangi persaingan. Banyak dari pemilik jasa banting harga untuk menyesuaikan dengan harga pasar dan banyak dari mereka menurunkan kualitas karena mengurangi harga jualnya. Menentukan biaya produk Bersama Menentukan harga pesanan produk yang tepat juga membutuhkan ketelitian Rancang perhitungan agar tidak merugikan produsen dan konsumen. Berikut pengelompokan Biaya-Biaya yang terdapat pada toko boneka Zachryan Toys.

Pengelompokan Biaya langsung dan Biaya Tidak langsung toko boneka Zachryan Toys pada Tahun 2022

Biaya Langsung	Biaya Tidak Lansung
1. Gaji karyawan	1. Biaya Listrik
2. Tunjangan kesejahteraan karyawan	2. Biaya administrasi umum
3. Biaya Bahan boneka	
4. Biaya Sewa Ruko	

Perhitungan Biaya Langsung

Biaya langsung pada toko boneka terdiri dari gaji karyawan, tunjangan karyawan langsung, biaya bahan langsung dan biaya sewa ruko. Zachryan toys memiliki 40 orang karyawan bagian jahit, bikin pola atau bentuk, nyocok/ngisi, pasang aksesoris pada bagian boneka, dan packing. Tunjangan kesejahteraan karyawan diberikan sekali dalam satu tahun sebagai Tunjangan Hari Raya berupa sembako dan uang. Karyawan bekerja setiap hari selama 8 jam. Jumlah hari kerja di tahun 2022 adalah 345 hari. Harga jual boneka ini dijual dengan harga Rp. 5000-100.000/pcs dari ukuran kecil hingga paling besar, dan untuk ukuran boneka kecil harga per bal nya yaitu Rp. 400.000/bal. Pemilik toko Zachryan Toys menyatakan bahwa pencatatan keuangan transaksi dengan sistem digital (ATM) dan sistem manual, karena ada yang order via online ada juga yang datang langsung ke Gudang/Toko.

2) Aspek Pemasaran

Dalam memasarkan usahanya, ibu ani menyatakan bahwa pemasaran usahanya itu ia pasarkan melalui rekan-rekannya dan juga melalui media sosial WhatsApp.

3) Aspek Sumber Daya Manusia

Usaha ini memiliki karyawan sebanyak 40 orang untuk membantu memproduksi boneka agar lebih banyak dan cepat karena mengejar target orderan yang begitu banyak, dan tiap tiap orang mempunyai bagian nya masing-masing.

4) Modal Usaha

Bu Ani menyatakan modal usaha boneka ini memiliki total modal berkisar sebesar 3.000.000-4.000.000 juta. Dan untuk perharinya memproduksi sekitar 700-800 pcs. Bahan produksi boneka:

- a) Bahan Pelboa/Garuk
- b) Silikon+Busa
- c) Accessoris
- d) Benang

5) Omzet usaha

Keuntungan rata-rata omzet per hari kira-kira bisa mencapai Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000, jadi bisa dikatakan mendapatkan Rp 50.000.000 per bulan dan balik modal bisa dalam kurung waktu 1 bulan, dengan menggunakan toko atau via online. Boneka bu Ani ini menjual satuan maupun Borongan, ada yang berukuran maupun yang untuk gantungan dan Bu ani tersebut menjual boneka ke costumernya lebih ke pengusaha mesin capit boneka, karena untuk mengisi didalam box mesin tersebut. Manajemen Boneka juga membebaskan pada boneka gantungan jika membelinya Borongan dengan isi yang macam macam bentuknya. Jadi, Bu ani bisa menghitung kebutuhan gerainya sendiri dan menekan biaya.

Pembahasan

Toko boneka ini merupakan sebuah usaha UMKM yang bergerak di bidang industri Boneka. Usaha ini merupakan usaha dari pemiliknya yang bernama Ibu ani dan Keluarganya pada tahun 2012 sampai saat ini masih berjalan. Bu Ani menjual produk bonekanya secara offline maupun online:

1. Toko Zachryan toys terletak di Kampung Baru (Kampung boneka), Cikampek, Kab. Karawang
2. Perum rancamanyar, Desa Wancimekar, Kec Kotabaru Cikampek, Kab Karawang

Analisis UMKM di Desa Wancimekar Kecamatan Kotabaru

Kabupaten Karawang Kecamatan Kotabaru merupakan salah satu kecamatan di Cikampek yang dimanfaatkan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang sebagai pusat industri kreatif. Kecamatan Kotabaru terdiri dari 9 desa termasuk desa Wancimekar. Terletak di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Diketahui bahwa dari 133.367 penduduk. Mata pencaharian utama penduduk Desa Wancimekar adalah Perdagangan dan Perindustrian. Pekerjaan dominan lainnya adalah buruh pabrik, pengecer, buruh bangunan dan mekanik angkutan roda dua. Desa Wancimekar dapat digolongkan sebagai desa yang mampu menghasilkan kerajinan tangan khas desanya sendiri.

Salah satu ciri UMKM di Indonesia dan negara berkembang lainnya adalah biasanya kelompok industri yang sama terletak berdekatan satu sama lain di daerah tertentu. Pengelompokan geografis kelompok ini disebut sebagai kluster. dalam literatur industri atau UMKM. Di Indonesia sendiri banyak sekali kegiatan UMKM khususnya UMKM yang tersebar di berbagai daerah sebenarnya secara turun temurun dan biasanya setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri. Sebagian besar pemilik usaha kecil memiliki alasan untuk mencoba karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman dan besar. Ada juga angka pemilik usaha kecil berpendapat bahwa ini karena warisan meningkatkan keterampilan dan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat. meskipun masih banyak pengusaha membenarkan diri dengan fakta bahwa tidak ada peluang di bidang ini lain karena berbagai alasan seperti rendahnya pendidikan formal atau kondisi fisik yang tidak mungkin.

Analisis Peranan Kompetensi SDM Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Wancimekar Kecamatan Kotabaru Cikampek Kabupaten Karawang

Banyak para ahli berpendapat bahwa SDM yang berkualitas sangat menentukan berhasil atau tidak suatu organisasi dengan kompetensi setiap pegawai yang ada. Untuk membentuk sosok aparatur seperti tersebut memang memerlukan waktu dan proses yang lama serta upaya yang tidak boleh berhenti. Penelitian sangat tertarik dalam menanyakan hal ini, bagaimana mengenai kompetensi SDM yang dimiliki UMKM saat ini, Ibu Ani mengatakan kompetensi SDM UMKM yang ada di Kec. Kotabaru sudah baik, contohnya saya sendiri, sudah mengerti mengenai UMKM yang dijalankan, mengetahui mengenai penjualan, bagaimana menarik perhatian pembeli dengan mengutamakan rasa, mengutamakan kualitas rasa dan menambahkan inovatif juga pemerintah di sini sering mengadakan kegiatan mengenai UMKM. bahwa kompetensi SDM di setiap UMKM pasti memiliki, terdiri dari pengetahuan, kemampuan, sikap ingin maju, untuk didaerah Kotabaru Cikampek sendiri mengenai kompetensi sangat berpengaruh dalam memajukan UMKM terlihat semakin banyak UMKM baru bermunculan dan pedang kaki lima sendiri semakin banyak di pinggiran jalan. kompetensi SDM, kebanyakan orang usaha hanya mencari keuntungan atau gengsi melihat sekitar. Makanya banyak UMKM yang berguguran karena tidak memiliki kompetensi SDM yang baik, tapi disekitaran Wancimekar Kotabaru Cikampek ini peranan kompetensi SDM-nya sangat baik, di mana pihak lurah turun tangan dalam memajukan UMKM.

Produktivitas usaha mikro masih jauh lebih rendah dibanding usaha kecil maupun menengah dan membuatnya rentan dan sulit untuk bertahan apalagi untuk menjadi maju. Sudah 10 tahun belakangan ini komposisi jumlah usaha mikro menurun berarti bisa diasumsikan bahwa hampir tidak ada usaha mikro yang mampu naik kelas. Masih sedikitnya kinerja dan produktivitas UMKM terutama usaha mikro. Informan pertama Ibu Ani mengatakan kinerja karyawan yang saya miliki sangat baik dalam bekerja dan saya selalu memperhatikan karyawan

saya sendiri dalam kesejahteraan, kesehatan dan hak karyawan saya. Dalam sistem bekerja juga menyesuaikan jam operasional jualan lainnya atau melihat kondisi ramainya. Tapi untuk tanggal merah kita hanya hari-hari besar, seperti lebaran. Jika karyawan saya ingin libur karena urusan keluarga selalu mengijinkan asalkan jelas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara dan pembahasan sebagaimana telah disajikan sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan mengenai peranan kompetensi SDM usaha mikro dalam meningkatkan kinerja UMKM Ds. Wancimekar Kec. Kotabaru Cikampek, sebagai berikut:

1. Kompetensi SDM sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja karyawan. Terbukti banyak UMKM yang masih bertahan lama dan UMKM baru bermunculan karena pemerintah turun tangan dalam memajukan UMKM yang ada di Kec. Kotabaru Cikampek. Pemilik UMKM juga sangat memperhatikan kualitas barang dan melakukan inovatif dalam penjualan usahanya. Tidak lepas dari itu UMKM di Kec Kotabaru Cikampek memiliki karyawan yang berkualitas sehingga pemilik UMKM sangat memperhatikan kinerja karyawan dan kesejahteraan karyawannya dan responden para pembeli sangatlah baik dan berpengaruh dalam memajukan UMKM yang ada di Kec. Kotabaru Cikampek.
2. Kinerja pengrajin boneka dalam penerapan SNI mainan di Kota Bekasi tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran pada diri pengrajin untuk menerapkan SNI mainan anak. Karakteristik pengrajin, motivasi wirausaha pengrajin dan faktor eksternal pengrajin masing-masing berhubungan dengan kinerja pengrajin, kecuali atribut inovasi, artinya keuntungan relatif, kompleksitas, kompatibilitas dan observabilitas SNI mainan anak tidak menjadi pertimbangan pengrajin boneka di Kota Bekasi dalam menerapkan SNI mainan anak. Secara keseluruhan, SNI mainan anak dapat diterapkan oleh pengrajin Boneka di Kota Bekasi namun hingga saat ini belum terlihat jelas dapat menaikkan omzet penjualan, karena penerapannya belum lama dan belum seluruh pengrajin menerapkannya. Pedagang retail mulai lebih memilih produk boneka yang telah sesuai dengan SNI agar aman berjualan saat ada pengawasan pasar.
3. Dengan dibangunnya sistem informasi penjualan boneka secara online berbasis website ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pemasaran bukan hanya di wilayah Pekanbaru saja.
4. Dengan Kompetensi yang tinggi yang dimiliki oleh SDM dalam suatu organisasi, akan menentukan kualitas SDM yang dimiliki yang pada akhirnya akan menentukan kualitas kompetitif UMKM itu sendiri. Sedangkan kinerja sangat berkaitan erat dengan kompetensi SDM, dengan semakin tingginya kompetensi SDM maka akan meningkatkan kinerja UMKM tersebut

SARAN

Terkait kebijakan atas kewajiban melakukan pengujian produk setiap enam bulan perlu dikaji ulang, karena tingginya biaya sertifikasi dibandingkan dengan modal, biaya produksi dan omzet penjualan termasuk berat untuk IKM. Pengawasan produk boneka bertanda SNI yang beredar dipasar juga harus ditingkatkan untuk mengapresiasi IKM yang telah mematuhi SNI wajib mainan anak dan disosialisasikan mekanisme pengawasannya agar tidak dapat disalahgunakan. Saran bagi penelitian selanjutnya, responden sekiranya terdiri dari bidang usaha

yang lebih beragam dan jumlahnya setara serta lebih banyak sehingga lebih terlihat perbandingannya dan mudah untuk menganalisis secara lebih sistematis.

Referensi

- Nugraha, Y. A., Saputra, A. A., & Christianto, R. D. P. (2022). Peranan Kompetensi SDM Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Sukalaksana Kampung Tinggar Baru Kecamatan Curug Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 6(1), 64-72.
- Prihatiningrum, T., Muljono, P., & Sadono, D. (2016). Kinerja Pengrajin Boneka di Kota Bekasi, Jawa Barat dalam Penerapan Standar Nasional Indonesia Mainan Anak. *Jurnal Penyuluhan*, 12(2), 198-210.
- SYAFRIADI, A. H. Pengawasan Terhadap Peredaran Mainan Anak Jenis Senjata Api Tanpa Adanya Label Standar Nasional Indonesia Di Kota Pontianak Berdasarkan Pasal 8 Ayat (1) Huruf A Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura*, 4(2).
- Rosa, A. T. R. (2013). Pembinaan dalam Pembuatan Boneka Kain Bagi Masyarakat Cibuntu Tengah Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 67-77.