

PENGARUH REPUTASI TOKO, KOMITMEN TOKO DAN POTENSI TOKO TERHADAP FASILITAS KREDIT DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM SEMBAKO DI KECAMATAN CIJERUK KABUPATEN BOGOR

Ujang Setiawan^{1*}, Yusuf Iskandar²

¹ujang.setiawan_mn18@nusaputra.ac.id

Abstract: Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-250 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan. Abstrak dalam bahasa Inggris dengan jumlah kata antara 150-200 kata, dengan menyertakan tujuan penelitian, metode, dan temuan.

Kata Kunci: kata kunci1, kata kunci2, kata kunci3, kata kunci4

Klasifikasi JEL:

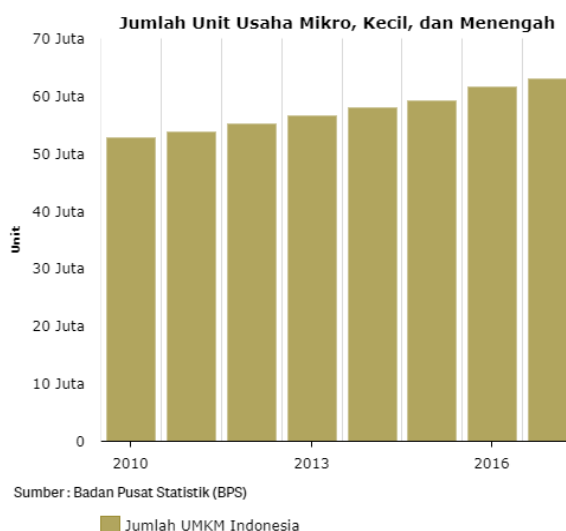
*** E-mail penulis terkait:** email.correspondence@email.you

ISSN: 2686-4789 (Print); ISSN: 2686-0473 (Online)

<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

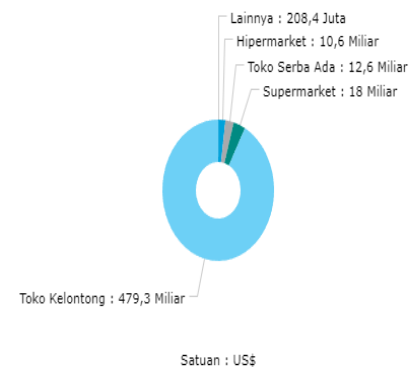
INTRODUCTION

Peran penting dalam kemajuan ekonomi negara adalah UMKM, dalam penelitian ini UMKM sembako menjadi salah satu peran penting, selain menjalankan usaha ini dengan kemandirian juga memiliki potensi besar kepada lingkungan masyarakat sekitar salah satunya dalam menciptakan lapangan kerja. UMKM berkontribusi sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara salah satunya adalah pertumbuhan PDB. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) pada Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta, memberikan kontribusi 61,07% terhadap PDB atau Rp 8573,89 triliun. UMKM dapat menyerap 97% dari total angkatan kerja dan dapat mengumpulkan 60,42% dari total investasi di Indonesia.



Hasil grafik pada tahun 2010-2016 menunjukkan jumlah UMKM di Indonesia terus tumbuh seperti pada grafik di atas, hal ini membuat ekonomi Indonesia bisa lebih baik yang berdampak pada pertumbuhan PDB. Menurut penelitian Euromonitor International, sebagian besar orang Indonesia, India, dan Filipina berbelanja di toko kelontong. Tahun lalu, nilai transaksi mencapai \$479,3 miliar, atau 92% dari total pasar ritel \$521 miliar, seperti yang ditunjukkan oleh Databoks di bawah ini:

Persentase Tempat untuk Berbelanja Bahan Makanan di Indonesia, India dan Filipina (%)



Sumber: Nikkel Asian Review



Sangat menarik dengan melihat hasil riset di atas, Indonesia merupakan negara yang selalu memberikan kontribusi baik kondisi sebelum pandemic maupun setelah pandemic. UMKM Indonesia sangat baik mampu menyumbang terhadap produk domestik bruto (PDB) di tahun 2018

mencapai Rp 8.573,9 triliun. Salah satu penyumbang yang berpengaruh adalah sektor UMKM sembako (warung) Melihat gamabar di atas sangat menarik untuk terus di kembangkan oleh penelitian, dengan kontribusi UMKM sembako/toko kelontong yang memiliki persentase tinggi membuat peneliti yakin bahwa UMKM sembako/toko kelontong bisa berkontribusi lebih baik lagi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia

Kementerian Koperasi dan UMKM (2012), mengatakan beberapa kategori pelaku UMKM yang saat ini berkembang diantaranya, perdagangan, pertanian, peternakan, kehutanan, hotel,jasa-jasa swasta, gas, serta industri pengolahan, istrik, air bersih, restoran. Saat ini yang termasuk didalamnya adalah pada UMKM perdagangan yaitu toko sembako, UMKM sembako merupakan suatu jenis perdagangan yang menjual kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, jenis yang di jual oleh UMKM toko sembako ini sangatlah beragam, mulai dari beras, minyak, telur, sabun, dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Mengingat UMKM sembako ini merupakan bisnis yang pokok yang terus mendapatkan transaksi setiap harinya, maka perlu untuk terus mengembangkan bisnisnya agar lebih maju lagi dan bisa bersaing dari tahun ke

tahun, maka dengan itu setiap UMKM sembako pasti memiliki pemasok kebutuhan barang salah satunya dari distributor, dengan memiliki pemasok dari distributor langsung maka pelaku UMKM akan lebih dimudahkan dari berbagai hal, salah satunya adalah pemenuhan stok barang.

Semakin meningkatnya penjualan maka akan membuat tertarik dari semua perusahaan distributor untuk terus membantu mengembangkan bisnisnya, hal ini menandakan toko mampu memberikan reputasi yang baik dari transaksinya minggu ke minggunya. Menurut Rosidah (Sugiharto & Nurhayati, 2021) Reputasi merupakan sesuatu yang menjadi persepsi konsumen kepada pemilik perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau sesuatu penilaian akan masa lalu dari suatu perusahaan dan masa yang akan datang dari kualitas perusahaan dan kualitas produk.

Perusahaan yang memiliki reputasi baik dengan konsumen maka dapat memudahkan jalanya bisnis untuk terus berkembang dan lebih maju lagi, artinya reputasi akan berdampak pada semua aspek dalam berbisnis, pengalaman dari seseorang dalam membeli produk dengan pelayanan yang baik membuat mereka senang mendapatkannya yang kemudian mampu memberikan

kepercayaan kepada calon pembeli untuk kembali lagi, sehingga hal ini bisa menjadikan reputasi yang baik dan kredibilitas yang baik pula (Fombrun et al., 2000)

Reputasi sangat penting diperhatikan oleh semua pengusaha, baik usaha kecil maupun yang sudah besar, reputasi merupakan umpan balik yang akan di dapat oleh perusahaan dari konsumen. Konsumen akan senang dengan adanya pelayanan yang baik kepada pembeli baik secara online maupun offline salah satu pelayanan yang bisa diberikan adalah cepat tanggap, ramah kepada semua pelanggan, mampu memberikan pengiriman lebih tepat waktu dan yang terakhir mampu memberikan harga yang lebih baik dari pesaingnya (Xu & Yadav, 2003)

Sebuah perusahaan yang semakin berkembang maka selain perlu menjaga reputasi baik dari konsumen maka perlu menjaga komitmen, komitmen merupakan bukti nyata yang perlu dijaga dan tidak boleh di langgar. Keterbukaan dengan konsumen merupakan sikap baik dalam mempertahankan komitmen(Gundlach et al., 1995). Komitmen merupakan kepercayaan untuk menjaga suatu hubungan jangka panjang khususnya dalam berbisnis, komitmen merupakan suatu aspek penting

untuk menjadi sukses, semakin tinggi komitmen maka semakin tinggi pula tingkat kesuksesan yang akan diraih, untuk menjaga komitmen sangatlah mudah yaitu dengan menjaga hubungan untuk saat ini dan untuk jangka panjang kemudian kepercayaan dan kepuasan pelanggan perlu di perhatikan dan jaga guna memberikan kualitas hubungan(Handoko, 2003).

Komitmen dapat membuahkan hasil yang baik jika bisa diterapkan secara konsisten terutama dalam hubungan perusahaan dengan rantai pasok atau suatu pemasok barang dan jasa dalam suatu perusahaan, pada penelitian sebelumnya oleh (Mukhsin, 2017) Komitemen yang kuat dapat mendorong pada semakin baiknya hubungan. Hasil dari penelitian ini pun menjelaskan bahwa komitmen bisa di bangun dengan upaya-upaya yang intens, terencana dan kontinu kepada konsumen sehingga dapat di percaya.

Prinsip seorang wirausaha perlu adanya komitmen untuk menjalankan usahanya dengan baik dan memiliki konsistensi yang tinggi sehingga sesuatu yang akan diharapkan dalam berwirausaha lebih mudah dicapai (Rauf, 2020). Komitmen dapar berdampak pada semua aspek dalam berbisnis atau berwirausaha, komitmen dapat

membuat orang mudah memberikan kepercayaan dalam berbisnis yang berkelanjutan, komitmen dapat membuka ruang kepada pemasok dalam memberikan dukungan terhadap kinerja dari perusahaan, memberikan komitmen kepada pemasok dapat memudahkan seorang pebisnis dalam rantai pasok salah satunya adalah kebutuhan barang dan fasilitas lain yang akan diberikan kepada perusahaan.

Komitmen merupakan aspek penting bagi seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya, pada penelitian (Rauf, 2020) menyatakan bahwa komitmen dapat ditingkatkan melalui kreativitas dan inovasi berwirausaha, dengan hal demikian dijalankan maka akan meningkatkan efektivitas dalam mengelola unit usaha yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja usaha.

Peran penting komitmen dalam perusahaan adalah manajer, manajer memiliki peran penting dalam membuat kebijakan yang dapat memberikan semangat tinggi kepada karyawan atau menggerakkan karyawan dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh manajer, hal ini dapat membuat hasil yang positif, begitupun dengan pengusaha, pengusaha merupakan seorang pemilik sekaligus dari pemilik perusahaan, maka

perlu memiliki keputusan yang baik, kebijakan yang baik, yang dapat membangkitkan semangat karyawan, mampu merubah dan menggerakkan karyawan yang tadinya tidak percaya menjadi percaya, yang tadinya tidak yakin menjadi yakin, ini semua merupakan tugas dan tanggung jawab dari seorang pemimpin dari suatu perusahaan. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian (Luki Astuti, 2012) . Sikap pemimpin yang baik merupakan yang mampu memberikan perubahan kepada timnya atau karyawan untuk mengembangkan perusahaan tanpa pamrih, salah satu sikap dalam organisasi ini biasanya dimiliki oleh manajer dari perusahaan

Komitmen dapat merubah semua yang ingin di capai dari suatu perusahaan, akan tetapi komitmen yang baik di iringi dengan tingkat kepercayaan, kepercayaan merupakan suatu perbuatan atau perkataan yang bisa di buktikan dengan kebaikan dan menunjukan dengan sebanar-benarnya tanpa di adakan.

UMKM sembako merupakan kegiatan ekonomi yang selalu tumbuh dan berkembang karena produk yang dijualnya merupakan produk pokok, sehingga penjualnya selalu tumbuh. Dengan kemajuan tersebut maka pengusaha UMKM sembako

perlu untuk pemenuhan barang dengan baik dan selalu ada stock, dengan demikian pelaku UMKM perlu memiliki fasilitas kredit dari semua distributor yang memasok barang, sehingga dapat memudahkan dalam pemenuhan barang, peningkatan penjualan hingga pengembangan usaha. Hal demikian tidak dapat dengan mudah untuk didapatkan, karena fasilitas kredit ternyata banyak hal yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha UMKM sembako salah satunya adalah reputasi toko, komitmen toko dan kepercayaan toko yang dapat membuat distributor yakin untuk memberikan fasilitas kredit kepada pemilik toko. Tujuan dari fasilitas kredit adalah peningkatan modal pada perusahaan atau pada pengusaha UMKM sembako agar usahanya terus tumbuh dan berkembang, maka dengan adanya modal yang besar atau yang cukup dapat lebih mudah dalam pengelolaannya.

Menjalankan usaha memang tidak mudah seperti yang dibayangkan oleh semua orang dan tidak semudah orang yang sudah sukses, usaha memerlukan modal baik hitungan kecil maupun besar, modal biasanya ditentukan dari usaha apa yang akan dijalankannya, modal akan menyeimbangi apa yang akan kita kerjakan, modal sendiri merupakan dorongan dalam menjalankan usaha, sehingga kemudian dapat dialokasikan

dengan tepat sebelum menjalankannya (Inayah et al., 2014)

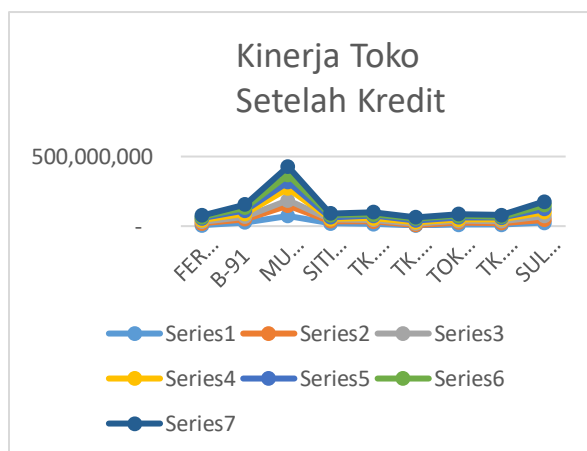
Suatu pinjaman baik dari pihak bank atau pihak lain yang bisa di pergunakan untuk menambahkan produk jika dalam seorang wirausaha atau untuk memperbesar perusahaan dengan cara menambah produk lebih banyak lagi, hal ini merupakan suatu fasilitas dari kredit

(Adji, n.d.). Dapat kita simpulkan fasilitas kredit tidak bisa diberikan kepada orang yang tidak bisa di percaya, artinya fasilitas ini perlu analisa lebih jauh tentang seseorang, tentang perusahaan dan tentang kinerja dari perusahaan. Kredit yang diberikan perusahaan dalam UMKM ini harus benar-benar dapat dipercaya sehingga dalam pembayarannya dapat berjalan dengan lancar.

Fasilitas kredit merupakan fasilitas untuk perusahaan yang dapat digunakan untuk menambah atau meningkatkan modal dari suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan memaksimalkan penjualannya. Suatu kredit merupakan modal kerja untuk seseorang atau perusahaan yang memiliki waktu pembayaran paling cepat biasanya satu tahun yang kemudian masih bisa diperpanjang di sesuaikan dengan penggunaan (Kasmir, n.d.). Melihat pendapat

di atas artinya jika tempo pada perbankan memang memiliki tempo pendek dengan jangka waktu yang relatif sekitar 1 tahun, akan tetapi pada tempo yang diberikan pada penelitian ini adalah jangka yang sangat pendek yaitu 14 hari dari pengambilan barang, artinya perusahaan perlu menyiapkan pembayaran dengan waktu yang singkat, akan tetapi ini bisa memudahkan perusahaan UMKM dalam pemenuhan barang jika dapat dimaksimalkan dengan baik.

Fasilitas kredit yang diberikan kepada pelaku UMKM dapat memberikan kinerja UMKM yang baik salah satunya adalah, peningkatan penjualan. Dengan memiliki fasilitas ini pelaku UMKM sembako dapat menyetok barang dengan lebih banyak lagi, sehingga dapat memberikan daya tarik pada pembeli atau konsumen yang berbelanja.



Data di atas adalah data kinerja UMKM sembako setelah memiliki fasilitas kredit, hasil ini merupakan histori selama enam bulan terakhir pengambilan, dapat kita lihat bahwa setiap bulannya memiliki kenaikan yang artinya UMKM sembako ini terus berkembang khususnya pada toko murni telur yang memiliki kenaikan signifikan.

Menurut Jerry selaku Area Sales Supervisor mengatakan bahwa toko setelah mendapatkan fasilitas kredit selalu mengalami kenaikan yang signifikan atau selalu berkembang karena toko dapat dengan mendapatkan barang lebih banyak dan selalu mendapatkan barang-barang yang terbaru, selain itu toko akan dengan mudah mengambil harga dengan program yang artinya pengambilan barang yang lebih banyak dan mendapatkan promo lebih besar sehingga toko mendapatkan keuntungan yang lebih besar pula.

Sedangkan menurut Asep selaku pemilik toko bahwa fasilitas kredit merupakan modal penting dalam menjalankan usahanya, khususnya dengan modal terbatas dapat membantu untuk terus mengembangkan usahanya, adanya fasilitas kredit dapat memudahkan toko dalam melakukan pembayaran karena tanggal jatuh tempo

sudah diatur sehingga toko dapat mengontrol dengan baik.

Kinerja UMKM yang baik dapat berdampak pada lingkungan sekitar salah satunya adalah meningkatkan ekonomi sekitar dan membuka peluang kerja. UMKM sembako di Kabupaten Cijeruk memiliki peran penting dalam kemajuan ekonomi selain daerah ini berkembang juga strategis dekat dengan ibu kota, sehingga harga jual beli akan sangat baik karena mengikuti Jabodetabek.

Sales Office		kabupaten	Kecamatan	Tier Kecamatan
AA49	Ciawi	Bogor	Megamendung	Gold
AA49	Ciawi	Bogor	Cisarua	Gold
AA49	Ciawi	Bogor	Cijeruk	Gold
AA49	Ciawi	Bogor	Ciawi	Gold
AA49	Ciawi	Bogor	Caringin	Gold

Gambar 1.1. Data Daerah Potensi

Sumber: PT. XYZ

Data di atas adalah data UMKM sembako yang belum terdaftar atau bermitra ke Distributor. Toko yang sudah bermitra atau sudah memiliki distributor sendiri biasanya akan lebih berkembang selain dapat bersaing secara harga juga memiliki barang atau produk lebih komplit dan selalu mendapatkan barang yang lebih terbaru. Dengan melihat hasil data di atas ini dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor masih

memiliki potensi untuk berkembang, maka dengan ini peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor.

Kecamatan cijeruk merupakan sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, dengan memiliki 7 km jarak ke pusat kota bogor, kecamatan cijeruk terletak di sebelah selatan kaki gunung salak. Cijeruk memiliki kisah tragedi yang akan selalu dikenang yaitu terjadinya tragedi kecelakaan pesawat Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100) menabrak lereng kaki gunung salak yang berdekatan dengan puncak salak 1 terjadi pada tanggal [9 Mei 2012](#) yang menewaskan seluruh awak pesawat. Selain itu Kecamatan Cijeruk memiliki destinasi wisata yang menarik yaitu: Situs Goa Langkop, Situs Batu Aseupan, Situs Batu Kursi, Situs Awas Paninggal, Air Terjun Curug Putri Pelangi, Air Terjun Curug Kapinis, Air Terjun Curug Batu Ampar, Air Terjun Curug Cibadak, Air Terjun Curug Ciorok dan ada beberapa air terjun yang belum dibuka aksesnya, Agrowisata Warso Farm, Agrowisata Boja Farm, Agrowisata Tanaman Hias Pondok Bitung, Perkemahan Bukit Alesano, Perkemahan Bukit Panorama Pasir Tengah, Perkemahan Lembah Salak Camping Ground, Perkemahan Bukit Wangun, Penginapan Taneuh Polaris,

Penginapan Alang-Alang Nature Camp, Taman Bogor Mini Zoo, Penangkaran Suaka Elang Jawa (PSSEJ TNGHS), Taman Cibalong Happyland dan lain-lain. Tujuan dari penelitian ini adalah “Pengaruh Reputasi Toko, Komitmen Toko, Kepercayaan Toko Terhadap Fasilitas Kredit Dan Implikasinya Terhadap Kinerja UMKM Sembako Di Kabupaten Cijeruk”

LITERATURE REVIEW

Literatur Pertama

Reputasi

Reputasi merupakan gambaran dari suatu perusahaan terkait citra baik dan buruknya perusahaan maka dengan itu sangat penting untuk sebuah perusahaan dalam menjaga reputasinya. Reputasi dalam perusahaan merupakan bagian dari manajemen yang kompleks perlu untuk dijaga guna menjaga pandangan dari masyarakat. Perusahaan perlu menjaga reputasi dengan baik karena hal ini sangat rentan pada suatu perusahaan sehingga perlu dikelola dengan baik guna menjadikan perusahaan lebih berharga, perusahaan perlu menjaga nama baik perusahaan, nama baik perusahaan dapat melekat pada lingkungan sekitar atau masyarakat sekitar (Atriana, 2017). Pengalaman dari seseorang dalam membeli produk dengan pelayanan yang baik dengan memiliki kesan tinggi dapat membuat

pelanggan merasa di berikan kenyamanan, dengan demikian konsumen percaya bahwa pelayanan yang diberikan luar biasa tersebut dapat memberikan kepuasan dengan janji yang diberikan perusahaan kepada pelanggan (Fajrina, 2017)

Literatur Kedua

Komitmen

Menjaga komitmen sangat mungkin untuk di perhatikan lebih dalam oleh seseorang yang ingin menjalankan usaha atau yang mau memulai usaha, hal demikian merupakan kondisi dimana pelanggan bisa bertahan dengan kita dengan setia, (Aini, 2020) dalam Affandi (2011). Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa komitmen merupakan hubungan yang perlu dijaga dengan baik guna menjaga kelangsungan dalam usaha. Hubungan pemasok dengan pelanggan atau pelaku utama yang memiliki bisnis ini sangat rentan jika tidak diperhatikan dengan baik, selain perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan pemasok, perusahaan juga perlu menjaga komitmen yang menguntungkan keduanya sehingga bisnis yang dijalankannya akan mudah untuk dicapai, dengan demikian integritas dari setiap individu di uji (Wijaya, 2017) dalam (Morgan dan Hunt, 1994)

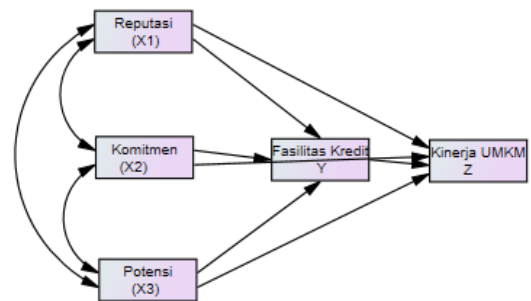
Literatur Ketiga **Fasilitas Kredit**

Fasilitas kredit merupakan modal kerja dalam usaha untuk mengembangkan usahanya agar bisa lebih maju lagi, dengan adanya fasilitas kredit dari perusahaan dapat memudahkan pengusaha dalam mengelola keuangan perusahaan dan mengelola barang atau stok Gudang sehingga permintaan dapat terpenuhi. Salah satu kredit yang diberikan pihak bank atau non bank biasanya untuk memperbesar usahanya atau mengembangkan usahanya dengan modal yang telah diberikan, fasilitas modal kerja ini perlu di perhatikan lebih dalam oleh penerima modal kerja untuk bisa memberikan kinerja yang baik (Inayah et al., 2014)

Meski UMKM terus berkembang di Indonesia akan tetapi masih menyisakan banyak persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM salah satunya adalah minimnya modal, UMKM merupakan kinerja perusahaan dengan modal yang kecil maka tidak heran jika untuk berkembang tidak bisa signifikan, oleh sebab itu untuk mendorong mengembangkan usahanya perlu adanya fasilitas modal/fasilitas kredit untuk menambah modal kerja, dengan begitu para pelaku UMKM bisa terus berinovasi, dalam penelitian ini fasilitas modal diberikan oleh

distributor yang bekerjasama dalam memasok barang, hal ini hamper sama dengan apa yang di kembangkan penelitian sebelumnya bahwa fasilitas kredit bisa didapat dimana saja baik itu dari bank atau non bank (Yasin, 2017)

Hipotesis



Hubungan reputasi toko berpengaruh secara langsung terhadap komitmen toko

Perusahaan yang memiliki tujuan untuk terus berkembang perlu memperhatikan reputasinya untuk terus memudahkannya dalam mencapai target yang ingin dicapai, reupasti pada toko merupakan perjalanan dari mulai pembangunan hingga pengembangan toko tidak memiliki masalah terhadap lingkungan sekitar, tidak memiliki masalah dengan semua distributor dan selalu memperhatikan kelancaran dalam bekerjasama dengan setiap perusahaan.(Harrison, 2009) Baik buruknya reputasi perusahaan tentunya berkaitan dengan bagaimana perusahaan membangunnya. Reputasi yang baik merupakan reputasi yang selalu memperhatikan pelanggannya bukan hanya sekedar transaksi akan tetapi hubungan yang berkelanjutan yang memiliki rasa kepercayaan yang tinggi. Untuk menjaga kepercayaan dalam hubungan maka perlu adanya komitmen yang baik.

Hubungan komitmen toko berpengaruh secara langsung terhadap potensi

Komitmen merupakan suatu perbuatan yang dapat dipercaya dan dibuktikan secara nyata tidak hanya mengandalkan ucapan. Menurut (Aini, 2020) dalam Affandi (2011) komitmen adalah suatu kondisi psikologis yang menggambarkan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, dan berdampak terhadap keputusannya untuk terus bertahan atau tetap menjadi pelanggan yang setia. Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa komitmen merupakan hubungan yang perlu dijaga dengan baik guna menjaga kelangsungan dalam usaha.

Hubungan potensi toko berpengaruh secara tidak langsung terhadap reputasi

Potensi merupakan kekuatan dari suatu perusahaan yang dimiliki untuk dikembangkan lebih lanjut, potensi merupakan kekuatan dari suatu perusahaan yang dimiliki untuk dikembangkan lebih lanjut, setiap orang memiliki bakat yang terpendam baik itu bakat usaha atau bakat yang lainnya yang bisa menjadi potensi seseorang untuk berkembang, hal ini biasanya akan memberikan kekuatan yang mendalam yang tidak pernah orang perkirakan sebelumnya **Hafi Anshari (1986**

Hubungan reputasi berpengaruh secara langsung terhadap fasilitas kredit

Reputasi sesuatu yang perlu diperhatikan dalam menilai suatu perusahaan dalam hal ini untuk reputasi yang baik dapat diukur pengaruhnya guna mendapatkan fasilitas kredit, fasilitas ini sangat rentan maka dengan demikian perlu adanya reputasi yang baik.

Hubungan komitmen berpengaruh secara langsung terhadap fasilitas kredit

Komitmen merupakan hal yang perlu dijaga oleh perusahaan, baik itu perusahaan kecil maupun perusahaan besar dan juga baik itu perusahaan yang baru ataupun perusahaan yang sudah lama. Komitmen yang dapat dipercaya dapat dipergunakan dengan hal kebaikan pula salah satunya dalam penelitian ini adalah komitmen dapat menjadi penunjang untuk mendapatkan fasilitas kredit dari suatu perusahaan distributor.

Hubungan potensi berpengaruh secara langsung terhadap fasilitas kredit

Setiap perusahaan distributor, perbankan atau perusahaan yang lainnya akan memberikan fasilitas kredit terhadap pelanggannya dengan mudah jika suatu perusahaan tersebut yang memang memiliki potensi untuk berkembang secara bisnis,

berkembang secara bisnis yang artinya berawal dari perusahaan kecil mampu menjadi perusahaan besar dan mengembangkan perusahaannya dalam bidang lain atau lebih diperbesar kembali.

Hubungan reputasi toko berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja UMKM

Kemampuan seseorang sangat mudah untuk di kembangkan karena hanya dengan kemampuan dasar dapat dibuat seoptimal mungkin jika seseorang tersebut mau melakukannya dengan sungguh-sungguh, kerja keras dan usaha yang maksima Beirut (2002).

Hubungan komitmen toko berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja UMKM

Komitmen yang baik dari suatu perusahaan dapat memberikan dampak baik atau timbal balik terhadap perusahaan, perusahaan yang memiliki komitmen baik itu terhadap distributor atau pelanggan maka akan berdampak pada kinerja dari perusahaan.

Hubungan potensi toko berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja UMKM

Perusahaan yang memiliki potensi merupakan perusahaan yang ingin terus berkembang dari satu bidang ke berbagai bidang atau lebih dari satu bidang yang dijalankan, sehingga dengan demikian akan berdampak pula terhadap kinerja perusahaan.

Hubungan fasilitas kredit berpengaruh secara langsung terhadap kinerja UMKM

Fasilitas kredit merupakan modal kerja dalam usaha untuk mengembangkan usahanya agar bisa lebih maju lagi, dengan adanya fasilitas kredit dari perusahaan dapat memudahkan pengusaha dalam mengelola keuangan perusahaan dan mengelola barang atau stok gudang sehingga permintaan dapat terpenuhi. (Inayah et al., 2014). Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas kredit dapat berdampak pada kinerja perusahaan atau kinerja UMKM.

METHODOLOGY

Strategi Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan alat yang digunakan untuk mengukur hipotesis dengan cara mencari data yang dapat ditafsirkan sehingga mendapatkan hasil (Arikunto, 2006). Peneliti memahami bahwa perlu adanya pemahaman terkait penelitian ini, dengan demikian peneliti melakukan alat ukur dengan cara berupa kuesioner pada pelaku UMKM sembako.

Populasi & Sampel

sampel sangat penting dalam penelitian dengan demikian sampel pada penelitian ini adalah analisis multivariat dengan menggunakan perbandingan jumlah indikator dengan ukuran sampel, yaitu 1 vs 10 (Hair et al., 2011). Setiap indikator membutuhkan minimal 5 sampel dan maksimal 10 sampel. Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rasio 1 indikator terhadap 5 sampel. Penelitian ini mengubah 16 indikator dalam kuesioner penelitian menjadi pernyataan, sehingga besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 160 responden dengan jumlah sampel 36 pertanyaan.

Responden penelitian ini adalah usaha kecil yang terkumpul dan terdaftar di layanan UMKM dan berlokasi di Kecamatan Cijeruk. Populasi adalah jumlah pelaku usaha kecil (160 usaha sembako) yang tersebar di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. Besar sampel ditentukan dengan menggunakan sampel proporsional yang meliputi Kecamatan Cijeruk Bogor, sehingga jumlah sampel sebanyak 160 responden dan peneliti mengajukan pertanyaan langsung untuk memperoleh informasi tentang literatur permasalahan penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

3.5.1 Observasi

Pengamatan adalah dasar dari semua jenis pengetahuan. Pengawasan adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui penyelidikan terperinci dan menyeluruh dan pendaftaran sistematis (Tanzeh & Arikunto, 2014). Sebuah survei yang baik perlu adanya metode yang jelas seperti halnya pada penelitian ini menggunakan metode:

- 1 . Survei: adalah survei berstruktur untuk mengumpulkan data yang memungkinkan untuk mendapatkan data yang tepat dalam bentuk jawaban langsung dari responden. Tujuan penyusunan soal selidik (soal selidik) untuk mendapatkan informasi terkini (Supriyanto & Maharani, 2013)
- 2 . Wawancara: melalui pertanyaan-tanggapan lisan langsung antara pemilik toko, UMKM untuk barang-barang kebutuhan pertama, daerah Cijeruk.
- 3 . Dokumentasi dalam penelitian ini, data fotografi diambil wawancara dengan pemilik toko Kajian ini menggunakan soal selidik tertutup, yaitu soal selidik yang dilengkapi dengan permohonan, jadi responden hanya perlu mengisi jawaban.

Pengumpulan Data

Pembahasan dalam penelitian ini penulis akan menganalisis data yang telah dilakukan penelitian selama di lapangan, data yang terkumpul merupakan data dari responden UMKM sembako dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui lebih lanjut dengan judul penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Reputasi Toko, Komitmen Toko dan Potensi Toko Terhadap Fasilitas Kredit Dan Implikasinya Pada Kinerja UKM Sembako Di Kabupaten Cijeruk Bogor. Total UMKM yang dijadikan Sampel pada penelitian ini yaitu 200 responden UMKM sembako.

Penelitian ini dilakukan kurang lebih 2 (Dua) minggu penuh. Penelitian dilakukan di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, penulis melakukan wawancara secara door to door secara langsung ke pemilik toko sembako guna memudahkan pertanyaan yang kurang jelas dapat dipertanyakan secara langsung kepada penulis sehingga dapat memperlancar pengerjaan kuesioner. Setiap jawaban dari pemilik toko dapat dipertanggungjawabkan yang artinya tidak asal mengisi, penulis memberikan jaminan kepada pihak pemberi jawaban yaitu pelaku UMKM sembako bahwa data yang diberikan akan dipergunakan sebagaimana mestinya hanya digunakan untuk akademik semata. Hasil dari jawaban peneliti terdapat berbagai ragam jawaban salah satunya Pendidikan yang berbeda-beda, penghasilan, usia dan jenis kelamin.

Analisis Data

Selanjutnya penulis melakukan olah data secara mendalam menggunakan SPSS guna

mendapatkan hasil yang maksimal, yang di uji pada SPSS ini yaitu Uji Validitas dan Uji Reabilitas yang mana uji ini untuk mengetahui kevalidan dari suatu kuesioner atau suatu kecocokan dari kuesioner yang telah di sebar. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari uji ini yaitu :

Untuk uji Validitas

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak Valid

Cara mencari nilai r tabel dengan $N=200$ pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r_{tabel} statistik. Maka diperoleh Nilai r_{tabel} sebesar 0,135%.

Melihat nilai signifikansi (Sig)

1. Jika nilai signifikansi < 0.05 = Valid
2. Jika nilai signifikansi > 0.05 = Tidak Valid

UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari kuesioner jika pengukuran secara dilakukan dengan kuesioner secara berulang. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.6 (Sujerweni 2014).

DISCUSSION*Profil Responden*

Uji Validitas Reputasi Toko

No Item	Rsy	Rtabel 5%(200)	Keterana gn
1	983	0.138	Valid
2	701	0.138	Valid
3	811	0.138	Valid
4	567	0.138	Valid
5	701	0.138	Valid
6	793	0.138	Valid

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel hasil uji Validitas, diketahui dari semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal tersebut dengan hasil nilai r hitung >(lebih besar) dari r table. Dimana r table adalah 0,138 yang diperoleh dari nilai r tabel dengan n=200. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Herwin & Abadi, 2018) dengan judul “Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara” hasil tersebut mengatakan reputasi merupakan hal yang dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap konsumen.

Uji validitas Komitmen Toko

No Item	rsy	Rtabel 5%(200)	Keteranag n
1	640	0.138	Valid

2	203	0.138	Valid
3	292	0.138	Valid
4	915	0.138	Valid
5	477	0.138	Valid
6	958	0.138	Valid
7	958	0.138	Valid

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel hasil uji Validitas, diketahui dari semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal tersebut dengan hasil nilai r hitung >(lebih besar) dari r table. Dimana r table adalah 0,138 yang diperoleh dari nilai r tabel dengan n=200.

Uji validitas Potensi Toko

No Item	rsy	Rtabel 5%(200)	Keterana gn
1	708	0.138	Valid
2	938	0.138	Valid
3	360	0.138	Valid
4	667	0.138	Valid
5	663	0.138	Valid
6	858	0.138	Valid
7	384	0.138	Valid
8	811	0.138	Valid

9	938	0.138	Valid
10	819	0.138	Valid

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel hasil uji Validitas, diketahui dari semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal tersebut dengan hasil nilai r hitung >(lebih besar) dari r table. Dimana r table adalah 0,138 yang diperoleh dari nilai r tabel dengan n=200.

Uji Fasilitas Kredit

No Item	Rsy	Rtabel 5%(200)	Keterangan
1	983	0.138	Valid
2	082	0.138	Valid
3	811	0.138	Valid
4	567	0.138	Valid
5	708	0.138	Valid
6	793	0.138	Valid
7	345	0.138	Valid
8	606	0.138	Valid

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel hasil uji Validitas, diketahui dari semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal tersebut dengan hasil nilai r hitung >(lebih besar) dari r table. Dimana r table adalah

0,138 yang diperoleh dari nilai r tabel dengan n=200.

Uji Kinerja UMKM Sembako

No Item	Rsy	Rtabel 5%(200)	Keterangan
1	983	0.138	Valid
2	082	0.138	Valid
3	811	0.138	Valid
4	567	0.138	Valid
5	708	0.138	Valid

Berdasarkan tabel diatas merupakan tabel hasil uji Validitas, diketahui dari semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Hal tersebut dengan hasil nilai r hitung >(lebih besar) dari r table. Dimana r table adalah 0,138 yang diperoleh dari nilai r tabel dengan n=200. Hasil uji ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Setiawan & Iskandar, 2022) dimana setiap uji ini memberikan nilai konsisten diatas r tabel maka semua data yang olah dikatakan valid.

Uji Reliabel

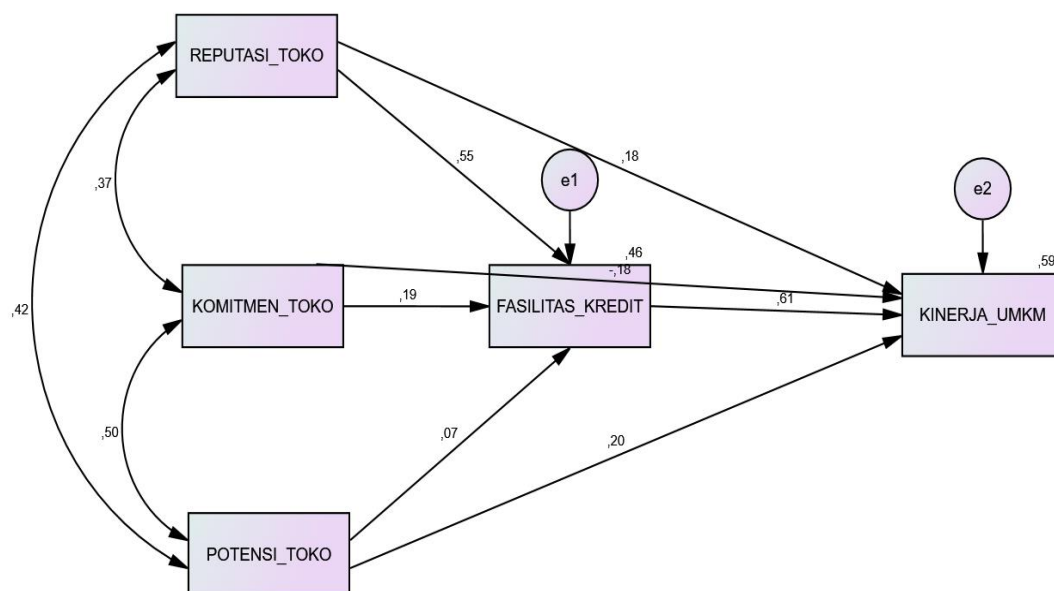
Uji reliabilitas suatu alat yang digunakan untuk mengukur pertanyaan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

konstruk. Suatu pertanyaan kuesioner bisa dikatakan reliabel atau valid jika pertanyaan kuesioner yang diajukan kepada responden memiliki jawaban yang konsisten atau stabil (Kuncoro, 2013). Kemudian Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Sanjaya, n.d.)

Dari data tersebut diketahui bahwa variabel kinerja UMKM, inklusi keuangan dan literasi keuangan dinyatakan reliable. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach Alpha > 0,60

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	36



Gambar 2. Contoh gambar.

Diketahui gambar hasil amos di atas sangat menarik untuk ditelaah lebih jauh, dimana gambar ini merupakan hasil dari data yang telah diolah oleh software amos. Hasil yang pertama reputasi terhadap fasilitas kredit

memiliki nilai 56% pengaruh, yang dimana setiap reputasi memberikan dampak baik untuk kemajuan perusahaan untuk mendapatkan fasilitas kredit, kemudian reputasi juga memiliki pengaruh antar

variabel sejenisnya yaitu terhadap komitmen memiliki nilai 37% dan terhadap potensi memiliki nilai pengaruh 42% begitupun sebaliknya, kemudian reputasi selain memiliki pengaruh terhadap fasilitas kredit juga memiliki implikasinya terhadap kinerja UMKM dengan total nilai 18%. Komitmen memiliki pengaruh terhadap fasilitas kredit sebesar 19% dan terhadap potensi sebesar 50% serta terhadap kinerja UMKM memiliki nilai implikasi 18%. Potensi terhadap fasilitas kredit memiliki pengaruh meski tidak terlalu signifikan dengan total nilai sebesar 0,7% dan terhadap komitmen serta potensi memiliki nilai 42% yang artinya setiap antar variabel ini memiliki hubungan yang tidak terpisahkan, kemudian potensi terhadap kinerja UMKM memiliki nilai sebesar 20% serta fasilitas kredit memiliki nilai sebesar 61% terhadap kinerja UMKM,

CONCLUSION

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh reputasi toko sangat berpengaruh terhadap fasilitas kredit dan memiliki implikasi terhadap kinerja UMKM karena merupakan pemahaman yang mendasar oleh semua orang khususnya pedagang dan pengusaha mengetahui lebih jauh tentang rekan bisnisnya yang terkandung di dalamnya adalah histori baik buruknya masa lalu, komitmen toko berpengaruh signifikan berpengaruh terhadap fasilitas kredit dan memiliki implikasi terhadap kinerja UMKM, variabel ini sangat penting untuk kemajuan suatu perusahaan dalam melancarkan bisnisnya, dengan adanya komitmen yang baik maka akan lebih mudah mengembangkan perusahaan. Potensi toko memiliki peran penting dalam yang menonjol dari kemajuan perusahaan, potensi yang dimiliki perusahaan dapat berdampak pada semua aspek, baik terhadap pesaing, terhadap vendor dan yang lainnya.

artinya fasilitas kredit memberikan pengaruh yang cukup signifikan untuk kemajuan dari suatu UMKM atau kinerja UMKM, semakin banyak vendor yang memberikan fasilitas kredit akan semakin baik kinerja dari UMKM. Hal ini terjadi disebabkan perusahaan akan selalu mendapatkan modal untuk bisa lebih mengembangkan perusahaannya. Dari semua variabel yang dianalisis akhirnya mendapatkan nilai keseluruhan pada variabel yang dipengaruhi yaitu pada fasilitas kredit sebesar 46% dan pada kinerja UMKM sebesar 59%, dengan hasil ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan baik antara variabel bebas maupun variabel yang dipengaruhi.

REFERENCE