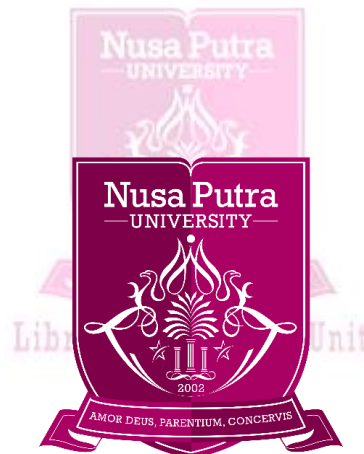


**PENGARUH REPUTASI, KOMITMEN, POTENSI TERHADAP
FASILITAS KREDIT DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA
UMKM SEMBAKO DI KECAMATAN CIJERUK KABUPATEN
BOGOR (Studi Kasus di Perusahaan PT. XYZ)**

SKRIPSI

Ujang Setiawan
(20180080066)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
JUNI 2022**

**PENGARUH REPUTASI, KOMITMEN, POTENSI TERHADAP
FASILITAS KREDIT DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA
UMKM SEMBAKO DI KECAMATAN CIJERUK KABUPATEN
BOGOR (Studi Kasus di Perusahaan PT. XYZ)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

Ujang Setiawan
(20180080066)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
JUNI 2022**

PERNYATAAN PENULIS

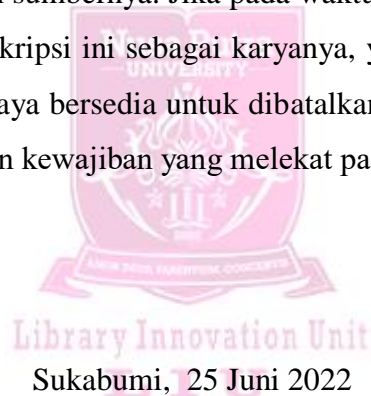
JUDUL : PENGARUH REPUTASI, KOMITMEN, POTENSI TERHADAP
FASILITAS KREDIT DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA
UMKM SEMBAKO DI KECAMATAN CIJERUK
KABUPATEN

BOGOR (Studi Kasus Perusahaan PT.XYZ)

NAMA : UJANG SETIAWAN

NIM : 20180080066

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.



Materai

UJANG SETIAWAN

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH REPUTASI, KOMITMEN, POTENSI TERHADAP
FASILITAS KREDIT DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA
UMKM SEMBAKO DI KECAMATAN CIJERUK
KABUPATEN
BOGOR (Studi Kasus Perusahaan PT.XYZ)

NAMA : UJANG SETIAWAN

NIM : 20180080066

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 25 Juni 2022 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 25 Januari 2022

Pembimbing I

Yusuf Iskandar, M.M

NIDN. 0415029302

Ketua Penguji



M. Andri Juniansyah, M.M

NIDN. 0402068703

Pembimbing II

Umar Mansur, M.M.

NIDN. 0402056302

Ketua Program Studi

Yusuf Iskandar, M.M

NIDN. 0415029302

Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M.Sc, MBA, DBA

NIDN: 0014075205

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 20 sampai bulan Juni 2022 ini ialah Telah Selesai melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Reputasi Toko, Komitmen Toko dan Potensi Toko Terhadap Fasilitas Kredit Dan Implikasinya Pada Kinerja UMKM Sembako Di Kecamatan Cijeruk”. Penulis menyadari betul atas usaha dan kerja keras selama melaksanakan penelitian skripsi ini tidak mudah dan menantang, namun penulis bersyukur karena bisa melewati setiap proses yang ada dalam skripsi ini tentunya atas bantuan Allah SWT. Penulis mengapresiasi diri sendiri atas ketekunan dan perjuangan dalam meluangkan waktu mengingat penulis berprofesi sebagai karyawan dan mahasiswa, dengan gelar baru penulis sebagai sarjana semoga membuat penulis lebih baik dalam menjalankan kehidupan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Yusuf Iskandar, M.M yang selama ini menjadi pendamping akademik penulis dan pembimbing utama dalam penelitian skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pembimbing pendamping dalam hal ini Bpk Umar Mansur, M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran, penulis sangat berterimakasih dari hati kecil penulis kepada para pembimbing selama ini, semoga sehat selalu dan juga terimakasih kepada Dosen Program Studi Manajemen yang selama ini memberikan ilmu yang sangat berharga kepada penulis selama penulis berada di bangku kuliah dalam tempo delapan semester ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada, moderator seminar, dan penguji utama dalam seminar siding skripsi ini yakni Bapak Andri Juniansyah M.M atas saran dan masukannya penulis sangat senang bertemu dengannya. Selain itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bpk Hermawan dan Bpk Jerry Hidayat selaku Supervisor di PT. XYZ yang telah memberi izin penelitian. Teman-teman penulis, Ibing saya ucapkan terimakasih banyak atas segala dedikasi dan perbincangan dalam diskusi penelitian juga Tera Lesmana, Agung Zulfikri yang selama ini selalu menemani penulis dalam melewati proses-proses perkuliahan. Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada para responden yang terlibat dalam penelitian penulis,

semoga usaha yang dijalankan para responden selalu diberikan kelancaran dan kesuksesan. Sarjana adalah cita-cita penulis, untuk itu hormat tertinggi dan dedikasi perkuliahan ini saya tujukan kepada kedua orang tua penulis ayah dan ibu, terimakasih atas doa yang sangat tulus kepada penulis sebagai anak dan terimalah gelar sarjana anakmu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Sukabumi, 25 Juni 2022

Ujang Setiawan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Reputasi Toko, Komitmen Toko dan Potensi Toko Terhadap Fasilitas Kredit Dan Implikasinya Pada Kinerja UMKM Sembako Di Kecamatan Cijeruk. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat lulus Strata Satu (S-1) bidang studi Manajemen .

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M.Sc, MBA, DBA., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak Yusuf Iskandar, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Yusuf Iskandar, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Bapak Umar Mansur, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Bapak Andri Juniansyah, M.M., selaku dosen penguji yang telah berkenan menguji hasil penelitian dari penulis, dan memberikan hal-hal terbaik bagi penulis baik kritik, saran, dan masukan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.
8. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai

harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Nusa Putra Sukabumi.

9. Kedua orang tua saya Duki dan Ibu Arnasih yang selalu mendukung, memberikan kasih sayang, semangat, serta untaian doa-doa sehingga saya merasa terdorong untuk meraih cita-cita, dan juga menjadi alasan saya setiap harinya untuk selalu berusaha membahagiakan mereka.
10. Kakak saya Elis, Maman serta keponakan saya Rafly dan Elfandra yang selalu membuat saya semangat dan tak pernah putus memanjatkan doa serta memberikan dukungan untuk menyelesaikan studi dan meraih cita-cita untuk memenuhi harapan keluarga.
11. Untuk Team Remaja Masjid Tera, Ibing, dan Agung terima kasih atas dukungan serta semangat yang diberikan.
12. Seluruh teman manajemen kelas MN18C yang selama ini telah berjuang bersama.
13. Semua pihak yang tidak disebutkan satu-persatu, terima kasih untuk semangat dan bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, 20 Januari 2022

Ujang Setiawan
Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PRAKATA	v
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kajian Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Reputasi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Komitmen	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Potensi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Fasilitas Kredit	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.1 Pengukuran Kinerja	Error! Bookmark not defined.
2.2.6. Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Data dan sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.

3.5.1	Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	Usia Pelaku UMKM Sembako.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3.	Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4.	Tingkat Pendidikan	Error! Bookmark not defined.
3.5.5.	Lama Usaha	Error! Bookmark not defined.
3.5.6.	Sumber pendapatan kotor	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN ..		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Hasil Kegiatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Aktivitas Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB VI	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
4.2	SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	43
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 6 Pendapatan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 7 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan UMKM di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Pengeluaran Masyarakat	1
Gambar 1. 3 Daerah Potensi Kabupaten Bogo.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1 Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 3 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Alur Amos	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.



ABSTRAK

Kinerja UMKM sembako di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor melalui fasilitas kredit atau tempo pembayaran dari perusahaan (Vendor). UMKM sembako di Kecamatan Cijeruk memiliki faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerjanya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh reputasi toko, komitmen toko dan potensi toko terhadap fasilitas kredit dan implikasinya terhadap kinerja UMKM sembako di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara wawancara secara langsung menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 UMKM sembako yang digunakan dengan Teknik perbandingan indikator. Data yang di dapat oleh penelitian di analisis dengan menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan software Amos 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh reputasi toko, komitmen toko dan potensi toko terhadap fasilitas kredit dan implikasinya terhadap kinerja UMKM memiliki pengaruh signifikan. Berdasarkan hasil ini, diperlukan komitmen yang baik, inovasi yang tinggi serta mampu bekerjasama dalam pembayaran terkait fasilitas kredit dan implikasinya pada kinerja UMKM sembako.

Kata kunci: Reputasi, Komitmen; Potensi; Fasilitas Kredit; Kinerja; Bogor; UMKM

ABSTRACT

The performance of basic food MSMEs in Cijeruk District, Bogor Regency through credit facilities or payment dues from the company (Vendor). The basic commodities of SMEs in Cijeruk District have factors that influence their performance. The purpose of this study was to analyze the effect of store reputation, store commitment and store potential on credit facilities and their implications for the performance of MSMEs in the village of Cijeruk, Bogor Regency. This study uses a quantitative approach by means of direct interviews using questionnaires. The number of samples used in this study were 200 MSMEs of basic necessities used with indicator comparison techniques. The data obtained by the study were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of Amos 23 software. The results of this study indicate that the influence of store reputation, store commitment and store potential on credit facilities and their implications for MSME performance has a significant influence. Based on these results, it is necessary to have a good commitment, high innovation and be able to cooperate in payments related to credit facilities and their implications for the performance of basic food MSMEs.

Keywords: Reputation, Commitment; Potency; Credit Facility; Performance; Bogor; MSME

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

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. UMKM dapat menyerap 97% dari total angkatan kerja dan dapat mengumpulkan 60,42% dari total investasi di Indonesia.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Hasil grafik pada tahun 2011-2020 UMKM di Indonesia tercatat terus mengalami kenaikan jumlah unit UMKM, hal ini membuat ekonomi Indonesia bisa lebih baik yang berdampak pada pertumbuhan PDB, UMKM di atas merupakan seluruh UMKM yang ada di Indonesia dari berbagai bidang.



Gambar 1. 2 Pengeluaran Masyarakat

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. 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, listrik, 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 jalannya 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 dilanggar. 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) Komitmen 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 dapat 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 (Lukiastuti, 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

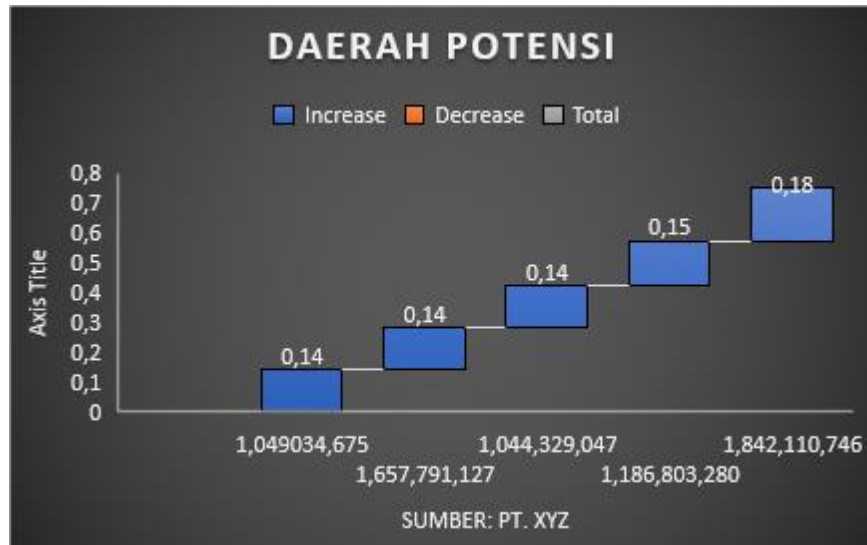
Komitmen dapat merubah semua yang ingin dicapai dari suatu perusahaan, akan tetapi komitmen yang baik di iringi dengan tingkat kepercayaan, kepercayaan

merupakan suatu perbuatan atau perkataan yang bisa di buktikan dengan kebaikan dan menunjukkan dengan sebanar-benarnya tanpa di ada-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.

Kinerja UMKM merupakan prestasi dari suatu perusahaan atau pencapaian baik dari perusahaan, kinerja dari suatu perusahaan merupakan hasil komposisi dari strategi perusahaan dalam menjalankan perusahaannya untuk mencapai sesuatu yang diharapkan atau target dari perusahaan yang telah ditentukan. Kinerja merupakan performa dari perusahaan mulai dari finansial atau modal dari perusahaan yang mana pengelolaan yang baik sehingga terus tumbuh maka dengan demikian kinerja dari modal baik adapun hal lain yang dapat meningkatkan kinerja adalah manajemen dari perusahaan dimana pelayanan dapat memberikan kepercayaan yang baik kepada konsumen dan hal lain yang dapat memberikan kesan kepada konsumen, kinerja UMKM yang baik dapat berdampak pada lingkungan sekitar salah satunya adalah meningkatkan ekonomi sekitar dan membuka peluang kerja.



Gambar 1. 3 Daerah Potensi Kabupaten Bogo

Sumber: PT. XYZ

Data di atas adalah merupakan hasil survei PT. XYZ yang menyatakan bahwa di Jawa Barat terdapat UMKM sembako yang masih memiliki peluang atau potensi untuk di kembangkan, daerah tersebut merupakan terletak di Kabupaten Bogor Jawa Barat, terdapat 5 Kecamatan yang memiliki potensi salah satu yang memiliki nilai persentase tinggi untuk berkembang adalah Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor dengan nilai potensi mencapai 18%, 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.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana reputasi berpengaruh terhadap komitmen
2. Bagaimana komitmen berpengaruh terhadap potensi
3. Bagaimana potensi berpengaruh terhadap reputasi
4. Bagaimana reputasi berpengaruh terhadap fasilitas kredit
5. Bagaimana komitmen berpengaruh terhadap fasilitas kredit
6. Bagaimana potensi berpengaruh terhadap fasilitas kredit
7. Bagaimana reputasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM sembako
8. Bagaimana komitmen berpengaruh terhadap kinerja UMKM sembako

9. Bagaimana potensi berpengaruh terhadap kinerja UMKM sembako
10. Bagaimana fasilitas kredit berpengaruh terhadap kinerja UMKM sembako

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh reputasi terhadap komitmen
2. Menganalisis pengaruh komitmen terhadap potensi
3. Menganalisis pengaruh potensi terhadap reputasi
4. Menganalisis pengaruh reputasi terhadap fasilitas kredit
5. Menganalisis pengaruh komitmen terhadap fasilitas kredit
6. Menganalisis pengaruh potensi terhadap fasilitas kredit
7. Menganalisis pengaruh reputasi terhadap kinerja UMKM sembako
8. Menganalisis pengaruh komitmen terhadap kinerja UMKM sembako
9. Menganalisis pengaruh potensi terhadap kinerja UMKM sembako
10. Menganalisis pengaruh fasilitas kredit terhadap kinerja UMKM sembako implikasinya pada kinerja UMKM sembako di kecamatan cijeruk Kabupaten Bogor

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai gambaran pengetahuan tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.
2. Dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dapat dijadikan evaluasi untuk UMKM sembako dalam menjalankan usahanya bagaimana cara mendapatkan fasilitas kredit
2. Dapat mengukur sejauh mana kinerja perusahaan setelah mendapatkan fasilitas kredit
3. Dapat dijadikan acuan untuk para distributor dalam memberikan fasilitas kredit

BAB II

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, W. (n.d.). Hendrawan, & Suharyadi. 2004. *Ekonomi Kelas XI*.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98.
- AL KAFAH, B. B. (2018). *MANAJEMEN PEMBAYARAN PIUTANG BERBASIS DISTRIBUTOR FINANCING*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Ambarwati, T. (2021). Nilai-Nilai Kewirausahaan Dan Komitmen Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM dengan Strategi Bisnis Sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 44–56. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5198>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411.
- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Brawijaya University.
- Ardhiansyah, D. (2014). *Analisis Potensi Pajak Hotel Dan pajak Restoran Dan Kontribusinya Terhadap pendapatan Asli Daerah (PAD)(Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2011-2013)*. Brawijaya University.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atriana, N. (2017). *PENGARUH REPUTASI DAN INOVASI PRODUK TABUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI BANDAR LAMPUNG*. UIN Raden Intan Lampung.
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1–9.
- Bulu, R., & Kusuma, F. (2021). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap*

Kepuasan Kerja Karyawan Di Agrowisata Petik Stroberi Desa Pandanrejo Kota Batu. Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang.

Ellen, P. (2008). 230+ Sumber Pinjaman untuk Usaha Anda. *Jakarta: Garden Mediatama.*

Fajrina, R. S. (2017). *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Keputusan Melamar Kerja.* Tesis. Program Studi Manajemen Komunikasi, Universitas Indonesia.

Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255.

Ghazali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares; Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0. *Semarang: Badan Penerbit Undip.*

Ghozali, I. (2008). Structural Equation Modelling, Edisi II. *Semarang: Universitas Diponegoro.*

Gundlach, G. T., Achrol, R. S., & Mentzer, J. T. (1995). The structure of commitment in exchange. *Journal of Marketing*, 59(1), 78–92.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.

Handoko, T. H. (2003). Manajemen. Yogyakarta: BPFEE.. 2008. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia.*

Harrison, K. (2009). Why a good corporate reputation is important to your organization. *Cutting Edge PR*, 284.

Herwin, H., & Abadi, F. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Reputasi Vendor terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 353–364.

Inayah, N., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2014). Pengaruh Kredit Modal Kerja terhadap Pendapatan Bersih Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sektor Formal. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).

Kasmir, S. E. (n.d.). MM, 2010, Pengantar manajemen Keuangan. *Prenada Media*

Group, Jakarta.

Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti dan menulis tesis?*

Lukiastuti, F. (2012). Pengaruh orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja ukm dengan komitmen perilaku sebagai variabel intervening (Studi empiris pada sentra UKM batik di Sragen, Jawa Tengah). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 8(2), 155–175.

Majdi, U. Y. E. (2007). *Quranic Quotient*. QultumMedia.

MELIAZORA, A. Y. U. (2020). *PENGARUH REPUTASI, MOTIVASI, DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK BRI SYARIAH KCP SUDIRMAN PALE[1] A. Y. U. MELIAZORA, "PENGARUH REPUTASI, MOTIVASI, DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK BRI SYARIAH KCP SUDIRMAN PALEMBANG."* UIN Rade. UIN Raden Fatah Palembang.

Moehersono, E., & Si, D. M. (2012). Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. *Jakarta: Raja Grafindo Persada.*

Mukhsin, M. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kualitas Hubungan Dampaknya pada Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Produksi dan Distribusi Dedak pada PD Sederhana). *Jurnal Manajemen*, 21(3), 454–471.

PRATIKTO, H. (2001). *PENGARUH BAKAT POTENSI INDIVIDU TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN: Suatu Studi Perilaku Individu Pada Beberapa Industri Kecil Garmen di Kabupaten Tulungagung*. Universitas Airlangga.

Rauf, R. (2020). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Komitmen Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Penangkapan Ikan Laut. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 3(2), 92–100.

Rayner, J. (2003). *Risk Management–10 principles*. Elsevier plc Group, Great Britain.

Rivai, V. (2004). *kiat memimpin dalam abad ke-21*. PT RajaGrafindo Persada.

Sanjaya, H. (n.d.). *Ghozali, I.(2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas

Diponegoro.

- Satria, E., Yusnita, I., & Sari, A. E. (2020). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Dimensi Kewirausahaan di Kabupaten Kerinci. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 172–178.
- Setiawan, U., & Iskandar, Y. (2022). Performance Model Based on Market Knowledge, Product Knowledge, and Entrepreneurship Knowledge Case Study on Basic Food SMES in Sukabumi. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 180–191.
- Sudarma, M., & Maskie, G. (2017). *Penerapan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Ukm (Studi Pada Ukm Karawo Di Kota Gorontalo)*.
- Sugara, A. (2017). Analisis Tingkat Efektivitas Pemberian Kredit di Bank DPM (PT. BPR Duta Pakuan Mandiri) Cabang Tangerang. *Jurnal Mozaik*, 9(1), 61–68.
- Sugiharto, N. A., & Nurhayati, N. (2021). PENGARUH REPUTASI DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (SURVEY PENGUNJUNG TOKOPEDIA). *Pro Mark*, 11(2).
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data. *Cetakan II*.
- Sutrisna, E., & Utari, D. S. (2015). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT. Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru)*. Riau University.
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., Sos, S., Iqbal, M., & Sos, S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Human Capital Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM*. Universitas Brawijaya.
- Wahyudiati, D., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kasongan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).
- Wijaya, A. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP RANTAI PASOKAN YANG DIMEDIASI OLEH KETERHUBUNGAN PEMASOK PADA PEMILIK TOKO KELONTONG

DI DKI JAKARTA. *Business Management Journal*, 13(1).

Xu, B., & Yadav, S. (2003). Effects of online reputation service in electronic markets: A trust-based empirical study. *AMCIS 2003 Proceedings*, 52.

Yasin, A. (2017). *Pengaruh Pemberian Kredit Usaha terhadap Pengembangan UMKM Mitra Binaan BPR Porsea Jaya di Kota Porsea*.

Zulfa, M., & Arif, M. (2020). POTENSI WAKAF TUNAI DALAM MENDORONG PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 173–184.

