

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

ANITA TAMARA

B100140064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM

NASKAH PUBLIKASI

Oleh:

ANITA TAMARA

B100140064

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing


(Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si)

NIK. 829

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM

Oleh:

ANITA TAMARA

B100140064

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. M. Farid Wajdi, M.M, Ph.D
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. Drs. Agus Muqorrobin, M.M.
(Anggota Dewan Penguji)


(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Syamsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Agustus 2018

Penulis



ANITA TAMARA

B100140064

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM

Abstrak

Analisis penelitian ini tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan bisnis to bisnis terhadap kinerja bisnis. Studi yang dilakukan pada Peritel di Soloraya. Sampel yang terambil dalam studi tersebut sebanyak 245 pelaku usaha Peritel di Soloraya. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa kepuasan dan kepercayaan bisnis to bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Dalam model yang dibentuk variabel kepuasan dan kepercayaan bisnis to bisnis mampu menjelaskan variabel kinerja bisnis sebesar 28,9% dan sisanya 71,1% masih dipengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Kepuasan, Kepercayaan, Kinerja Bisnis

Abstract

The analysis of this research is about the effect of satisfaction and business to business trust on business performance. Study conducted at Retailers in Soloraya. Samples taken in the study were 245 retailers in Soloraya. The analytical method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test. Based on the results of the analysis found, it can be explained that business to business satisfaction and trust have a positive and significant influence on business performance. In the model that is formed business to business satisfaction and trust variables are able to explain business performance variables by 28.9% and the remaining 71.1% are still influenced by other variables.

Keywords: *Satisfaction, Trust, Business Performance*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, persaingan suatu bisnis menjadi sangat kompetitif. Dengan persaingan bisnis ini, para pelaku bisnis memiliki caranya masing-masing dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya agar

tetap bertahan dan berkembang usahanya. Salah satunya bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), perkembangan dari tahun ke tahun bisnis UMKM sangat berkembang dan menjamur di hampir setiap sudut kota atau daerah. Perkembangan ini membuat peluang bagi setiap orang dalam menciptakan lapangan baru. Ditambah lagi bisnis UMKM menjadi sangat penting bagi suatu negara khususnya Indonesia dikarenakan bisnis ini menjadi pendorong utama bagi penggerak pertumbuhan ekonomi, inovasi, ketenagakerjaan dan integrasi social (Eurostat, 2009). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) juga memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Ini artinya UMKM memiliki peran yang sentral dalam memajukan pembangunan di Indonesia.

Potensi yang dimiliki ini membuat Pemerintah melakukan upaya dalam mendorong, memperdayakan dan memberikan peluang akses yang sebesar-besarnya bagi masyarakat untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Sinergi yang diberikan pemerintah dengan melalui penetapan Undang-Undang No. 28 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi Keuangan Berkelanjutan di Indonesia. beberapa point aturan tersebut terdiri atas pasal-pasal berikut ini:

- a. Bab II Asas dan Tujuan Pasal 2 mengatur bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berasaskan berwawasan lingkungan. Yang dimaksud dengan "asas berwawasan lingkungan" adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

- b. Bab VI Pasal 20 mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.
- c. Bab VII Pembiayaan dan Penjaminan Pasal 22 menjelaskan bahwa dalam rangka meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil, Pemerintah melakukan upaya: Pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank; Pengembangan lembaga modal ventura; Pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;

Dengan penetapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 diharapkan mampu menumbuhkan, mendorong, memperbadayakan, memberikan penjaminan dan pembiayaan, serta menjadikan kemitraan para pelaku usaha dalam menciptakan pemerataan pembangunan. UMKM memiliki sektor yang sangat banyak akan tetapi penelitian ini menggunakan sektor ritail dimana sektor ini dipandang memiliki perkembangan yang dinamis. Walaupun dinamis, industry ritel diprediksi akan meningkat tiap tahunnya dan dipandang industry yang menguntungkan untuk segala jenis usaha ritel seperti supermarket, *convenience store*, *Department Store* dan *Nonstore Retailer (E-Commerce)*. Meningkatnya industry ritel di Indonesia disebabkan oleh: 1) struktur demografi Indonesia yang mendominasi penduduk usia muda yang akan meningkatkan tenaga kerja produktif dengan *disposable income* dan kebutuhan yang juga makin tinggi, 2) Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia, 3) Jumlah kelas berpendapatan menengah yang terus bertambah.

Namun, tahun 2015 ekonomi Indonesia mengalami kelesuan menyebabkan industri ritel pun terkena imbasnya. Perkembangan industri ini terpantau melambat yang disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat, indeks kepercayaan konsumen (IKK) serta lemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat. Dalam hal potensi di masa depan, industri ritel di Indonesia dilihat masih memiliki potensi besar untuk jangka menengah dan panjang mengingat Indonesia menempati posisi ke 12

dari 30 negara berkembang tujuan investasi ritel. Hal ini dapat dibuktikan dengan tumbuhnya beberapa perusahaan ritel baru di Indonesia dalam kurun waktu dua tahun terakhir di tengah melambatnya ekonomi di Indonesia. Industri ritel juga dipandang mampu berkontribusi mengurangi angka pengangguran di Indonesia dikarenakan industri ini cukup memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan perekonomian skala lokal dan nasional. Dukungan pemerintah dan masyarakat terhadap pengembangan potensi ritel lokal pun menjadi salah satu faktor makin berkembangnya perusahaan-perusahaan di sektor industri ini sehingga dapat meningkatkan kebutuhan tenaga kerja baru yang potensial dan berkualitas.

Seiring dengan berkembangnya sektor industri ritel di Indonesia pemerintah perlu melakukan pemerataan pembangunan terkait dengan konsentrasi industri dan kegiatan ekonomi yang kebanyakan masih berpusat di pulau Jawa. Dikarenakan hal ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan industri tersebut. Mengingat bahwa pengembangan ritel di daerah masih terbatas, lantaran banyak daerah yang belum memiliki ketentuan tentang tata ruang dan belum adanya ketentuan daerah tentang rencana detail tata ruang yang membuat pengusaha ritel di daerah tidak berkembang.

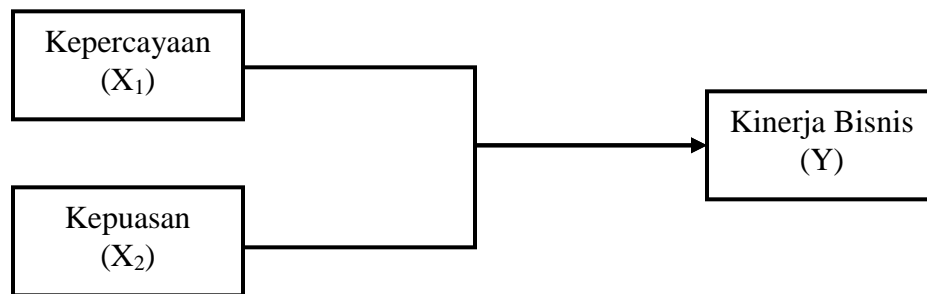
Konsentrasi industri dan kegiatan ekonomi juga akan mempengaruhi daya beli masyarakat daerah dimana mereka akan mengalami kesulitan dalam menemukan barang-barang yang mereka butuhkan sehingga mereka banyak beralih membeli barang melalui *online store*. Itupun juga di wilayah kota-kota besar yang kecenderungannya masyarakat modern, bagaimana jika di wilayah yang masih terhambat jangkauan jaringan internet, pola pikir masyarakat yang masih tradisional, dan jasa pengiriman. Meskipun keadaan ekonomi di Indonesia melambat di tahun 2015, industri ritel masih diprediksi akan terus berkembang hingga tahun 2017 bahkan sampai beberapa tahun ke depan. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor pendukung seperti demografi yang dimiliki Indonesia, meningkatnya masyarakat kelas menengah dan perubahan gaya hidup, serta konsep wirausaha yang saat ini

sedang berkembang pesat di masyarakat Indonesia yang mana salah satunya berinvestasi pada pengembangan ritel-ritel lokal.

Setiap industri ritel akan mencari cara unggul dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif dalam melihat lingkungan sekitar dan mempertimbangkan perannya dalam rantai pasokan tempatnya beroperasi. Semakin banyak perusahaan membeli akan meningkatkan efisiensi pemasok itu sendiri sehingga akan semakin menyadari kebutuhan yang dibangun antara perusahaan dengan pemasok secara efisien. Terbangung hubungan antara perusahaan dan pemasok akan membuat kepercayaan meningkat. Kepercayaan menjadi sangat penting dalam membangun hubungan antar perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kepercayaan tersebut baik mitra bisnis maupun pelanggan akan sepenuhnya memiliki pandangan yang positif terhadap perusahaan yang mengakibatkan produk yang dikeluarkan akan dianggap baik oleh konsumen atau dari mitranya akan memiliki keyakinan pada perusahaan dalam memenuhi janji sehingga kinerja perusahaan yang tercipta juga akan meningkat.

Tidak hanya kepercayaan tetapi juga kepuasan akan menjadi salah satu yang memiliki peran penting untuk kesuksesan bisnis apapun. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan dalam bentuk hubungan bisnis ke bisnis atau mitra bisnis. Hubungan bisnis dengan mitra bisnis didefinisi sebagai proses dimana banyak organisasi membentuk ikatan social, ekonomi, layanan dan teknis yang kuat dan luas dari waktu-waktu dengan tujuan menurunkan jumlah biaya tertentu dan atau meningkatkan nilainya sehingga mencapai saling menguntungkan (Ritter et, al., 2004; Schurr, 2007). Dalam kebanyakan hubungan bisnis ke bisnis akan berjuang untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang sebagai target utama untuk kesuksesan aktivitas bisnisnya. Perusahaan lebih sering memperhatikan kesuksesan antar pihak yang saling berinteraksi untuk saling menguntungkan. Menurut Galbreath (2002) unsure utama kesuksesan hubungan dengan mitra adalah kolaborasi dan komunikasi melalui integrasi elektronik. Sedangkan menurut Cohen (2006) menunjukkan bahwa dalam oragniasasi, perilaku kooperatif didasarkan pada pengoperasian system norma antar organisasi, yang merupakan pemahaman umum

tentang cara menjalankan bisnis melalui fasilitas interaksi dalam system social. Hubungan ini akan ditandai dengan motif yang melibatkan tujuan yang kompatibel. Bila hubungan dalam bisnis dengan mitranya saling mengenali akan membuat saling ketergantungan dan akan melakukan komitmen untuk bekerja menuju hubungan yang saling menguntungkan. Ketika sudah terbangun hubungan dengan komitmen yang tinggi artinya hubungan antar bisnis memiliki kepuasan hubungan bisnis dengan mitranya sehingga akan memunculkan kinerja bisnis yang positif dan tinggi pula. Dari penjelasan diatas maka model penelitian yang dibangun adalah:



Gambar 1 Model Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang dilanjutkan dengan penelitian sebelumnya dengan model penelitian maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ = Diduga Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kinerja Bisnis

H₂ = Diduga Kepuasan Berpengaruh Terhadap Kinerja Bisnis

2. METODE

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Desain penelitian ini adalah dengan metode survey. Survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) (Sugiyono, 2009). Penelitian ini mengambil studi pada Peritel UMKM artinya peritel menjadi sosok yang penting dalam menjaga hubungan bisnis dengan mitranya. Kepercayaan dan kepuasan mitra bisnis menjadi faktor penting dalam

meningkatkan kinerja bisnis sehingga tanpa adanya faktor tersebut hubungan bisnis tidak mampu terjadi dengan baik.

Populasi merupakan Wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah semua UMKM Retail yang ada di Soloraya. Dari kesemua perusahaan hanya menggunakan sampel dalam pengambilan data perusahaan. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Hal ini sampel yang diambil 60 pelaku usaha ritail di Soloraya. Teknik analisis data yang digunakan uji instrument data (Uji validitas, dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik dan analisis regresi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Komponen		
	Kinerja	Puas	Percaya
Puas1		0,686	
Puas2		0,635	
Puas3		0,692	
Puas4		0,676	
Puas5		0,739	
Pcy1			0,700
Pcy2			0,505
Pcy3			0,709
Pcy4			0,457
Knj1	0,740		
Knj2	0,757		
Knj3	0,725		
Knj4	0,752		

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan	0,778	Reliebel
Kepercayaan	0,604	Reliebel
Kinerja Bisnis	0,788	Reliebel

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

3.3 Analisis Regresi

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien β	t	Sig
Konstan	4,406		
Kepuasan	0,287	5,403	0,000
Kepercayaan	0,354	4,635	0,000
F		49,245	
Sig		0,000	
R		0,538	
R ²		0,289	

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$\text{Kinerja} = 4,406 + 0,287 \text{ Puas} + 0,354 \text{ Percaya} + e$$

Penjelasannya adalah:

- Koefisien Konstanta bernilai positif 4,406 menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan dalam keadaan konstan maka kinerja bisnis yang dihasilkan mengalami peningkatan.
- Koefisien Kepuasan Bisnis to Bisnis bernilai positif 0,287, menunjukkan bahwa kepuasan menguat maka kinerja bisnis yang dihasilkan meningkat.
- Koefisien Kepercayaan Bisnis to Bisnis bernilai positif 0,354, menunjukkan bahwa kepercayaan menguat maka kinerja bisnis yang dihasilkan meningkat.

3.3.1 Koefisien Determinan (R²)

Koefisien detrmnan merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur seberapa besar kekuatan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai R *Square* yang dihasilkan 0,289 berarti kemampuan variabel kepuasan

dan kepercayaan bisnis to bisnis mampu menjelaskan kinerja bisnis sebesar 28,9% dan terdapat 71,1% dipengaruhi variabel independen lainnya.

3.3.2 Uji Statistik F

Uji ini pada dasarnya merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruhnya variabel independen secara simultan yang dimasukkan dalam model (Ghozali, 2011). Hasil analisis adalah nilai f pada sig. 0,000 yang menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dapat diartikan secara simultan kepuasan dan kepercayaan bisnis to bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

3.3.3 Uji Statistik t

Uji ini pada dasarnya digunakan untuk melihat secara parsial variabel penjelas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Variabel kepuasan bisnis to bisnis menunjukkan t pada sig. 0, 0,000 yang menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dapat diartikan kepuasan bisnis to bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Variabel kepercayaan bisnis to bisnis menunjukkan t pada sig. 0, 0,000 yang menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dapat diartikan kepercayaan bisnis to bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

- 1) Kepuasan Hubungan bisnis dengan mitranya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada peritel Se-Soloraya.
- 2) Kepercayaan Hubungan bisnis dengan mitranya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada peritel Se-Soloraya.
- 3) Secara simultan kepuasan dan kepercayaan bisnis dengan mitranya berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis dengan dibuktikan sig. $0,000 < 0,005$.
- 4) Kemampuan variabel kepuasan dan kepercayaan bisnis dengan mitranya mampu menjelaskan kinerja bisnis sebesar 28,9%.

4.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a) Bagi pelaku usaha perlu membangun kepuasan dalam hal pelayanan, saling membantu, berinteraksi dan mampu memahami kebutuhan perusahaan sehingga akan terjalin hubungan antara bisnis dengan mitra dengan baik yang mampu mempengaruhi kinerja bisnisnya.
- b) Pelaku Usaha perlu juga membangun kepercayaan hubungan bisnis dengan mitranya dalam hal memberikan dukungan, memperlakukan kejujuran, dapat dipercaya dan saling menguntungkan sehingga kepercayaan yang dibangun akan menciptakan kinerja bisnis yang tinggi.
- c) Pelaku Usaha harus membuat system kontrak yang baik sehingga ada jaminan yang baik dari supplier maupun ritel dalam menjalin hubungan kerja sama agar tidak merasa dirugikan satu samal lain.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Model penelitian ini perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih komprehensif karena model penelitian ini hanya mampu menjelaskan kinerja bisnis secara keseluruhan sehingga masih ada dari sisi variabel independen lain yang perlu ada diteliti lebih lanjut.
- b) Penelitian ini tentang kepuasan dan kepercayaan terhadap kinerja bisnis yang menggunakan beberapa aspek yang mewakili variabel tersebut sehingga perlu adanya penambahan aspek baik dari kepuasan, kepercayaan maupun kinerja sehingga akan mampu mengeneralkan hasil analisis variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, G.T. 2006. Barriers to marketing within professional service firms: dissertation. Retrieved October 12, 2009, from [http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/395/5/Geraldine+Cohen+Ph D.pdf](http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/395/5/Geraldine+Cohen+Ph+D.pdf).
- Galbreath, J. 2002. Success in the relationship age: building quality relationship assets for market value creation. The TQM magazine, 1, 8-24.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Badan Universitas Diponegoro
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.