

**PENGARUH MODAL, KEPERCAYAAN DAN AKSES INFORMASI TERHADAP
KINERJA USAHA PEDAGANG GARAM DI KABUPATEN PAMEKASAN
(PENDEKATAN MIXED METHOD)**

Choirun Ramadhana¹, Bambang Haryadi²
Universitas Trunojoyo Madura
choirunxiao405@gmail.com
bambang.haryadi@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether capital, trust and access to information affect the business performance of salt traders in Pamekasan Regency. This study uses mixed research methods (mixed methods) quantitative and qualitative analysis (Sequential Explanatory) discovery sequence models. The object of this research is salt traders who are scattered in Pamekasan Regency with a sample of 40 respondents using questionnaires and informants for interviews as a means of collecting qualitative data. Hypothesis testing using multiple linear regression analysis.

The results of the t-test indicate that the results of this study are that capital partially affects business performance, trust partially affects business performance, and access to information partially affects business performance. The R square value of 61.7% showed that 61.7% of the business performance variables could be explained by the three independent variables used in the regression equation. While The remaining 38.3% is explained by other variables not included in this study.

The quantitative data is supported by the results of interviews with several informants who stated that the factors of capital and trust affect the business performance of salt traders in Pamekasan Regency that are cultural factors. The information access factor has no effect on the business performance of salt traders in Pamekasan Regency. Then the factors of capital, trust and access to information have an influence on the business performance of salt traders. Provision of large amounts of business capital is also needed as a means to increase the interest of farmers or customers in buying and selling transactions. The tension that exists on the basis of these debts, in addition to improving the business performance of traders because indirectly selling salt products to traders, also creates a sense of confidence as a business partner. The trust factor is established not only for business capital assistance but also services and services provided by traders to farmers. In addition, utilizing access to information combined with the provision of adequate capital and the trust resources that have been built will result in an increase in the business performance of salt traders in Pamekasan Regency.

Keywords: Capital, Trust, Access to Information and Business Performance

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber perairan laut Indonesia banyak sekali terkandung potensi perikanan, hayati maupun sumberdaya perikanan non hayati. Sumber daya perikanan hayati ini seperti berasal dari organisme air dan tumbuh-tumbuhan yang hidup di dalam air sedangkan untuk sumberdaya perikanan non hayati ini dapat berbentuk tanah dan air. Daerah yang berada di tepi pantai terkandung potensi yang berguna pada ekonomi kerakyatan sebab menjadi media penghubung antara wilayah yang berada di daratan dengan wilayah di perairan (lautan) (Putri, 2020). Upaya pemanfaatan potensi sumberdaya perikanan tersebut menyumbang keekonomian ekonomi jika maka diproses dan membentuk komoditas garam, dikarenakan memiliki sifat tidak terbatas (*renewable resources*) menjadikan komoditas garam bisa menjadi usaha yang digeluti (Tri Koberry, J dkk, 2017).

Garam menjadi industri kebutuhan pokok yang diperlukan oleh masyarakat Indonesia (Nugroho. dkk, 2020). Kebutuhan akan garam diprediksi meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan tingginya permintaan industri di Indonesia (Bardan, 2020). Berdasarkan laporan tahunan yang dipublish oleh Menteri Kelautan dan Perikanan (KKP) tahun 2021 tren produksi garam di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun 2010 hingga 2021. Begitu pentingnya komoditas garam yang ditunjukkan dengan tren peningkatan kebutuhan garam

dari tahun ke tahun, menjadikan usaha produksi garam menjadi sumber devisa prioritas bagi pemerintah hingga masyarakat Indonesia, khususnya bagi penduduk pulau Madura. Melihat letak geografis beberapa daerah di pulau Madura yang tidak dapat ditumbuhi tanaman, menjadikan bertani garam menjadi mata pencarian utama. Di kabupaten Pamekasan saja, terdapat 15 desa penghasil garam terbanyak di 3 kecamatan yakni Tlanakan, Pademawu dan Galis dengan keseluruhan areal lahan garam 913,5 hektar.

Dewasa ini dengan kemajuan zaman, kompetitif usaha semakin sulit. Banyaknya kompetitor usaha ini membuat pedagang mempunyai formula sendiri guna dapat diversifikasi usaha supaya dapat berkelanjutan (Tamara, 2018). Disamping Modal dan Kepercayaan, Di era digital ini apapun dilakukan dengan cepat dan mudah dalam segala aktivitas sehari-hari, termasuk aktivitas mengakses informasi dalam menyusun rencana dan mengambil keputusan sebuah usaha. Adanya akses informasi ini membuat persaingan usaha semakin terasa. Tentunya untuk akses informasi, setiap orang berupaya untuk mendominasi sistem informasi dan teknologi. Menurut Cravens (2003:7) dalam Murtiadi Awaluddin (2017:7) bahwa indikator akses informasi bisa membentuk keunggulan daya saing dan bernilai superior untuk pengusaha yaitu informasi pelanggan, informasi pesaing, dan informasi pasar lainnya.

Hal ini dibuktikan dengan hasil observasi dan wawancara dengan para pedagang garam di Kabupaten Pamekasan bahwa akses informasi sungguh dibutuhkan oleh pedagang garam untuk meningkatkan kinerja usaha. Dengan penerapan akses informasi dari segi pelanggan, pesaing, akses pasar lain dapat mendorong kinerja usaha pedagang untuk terus berkesinambungan. Akan tetapi dari aspek tersebut juga dapat menurunkan kinerja usaha para pedagang. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bahwa akses informasi yang dimanfaatkan pedagangpun dirasa belum bisa menjadi titik balik untuk meningkatkan modal, penjualan dan keuntungan para pedagang.

Kajian sektor penggaraman dalam aspek kinerja usaha pedagang garam dengan perspektif Modal Kerja, kepercayaan dan Akses Informasi di Kabupaten Pamekasan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Berdasarkan temuan hasil penelitian oleh Gorane dan Kant (2015) menunjukkan 382 penelitian yang mereka rangkum, hanya 15% penelitian yang dilaksanakan di negara berkembang. Tentu ini menjadi menarik untuk diulas, terutama sudut pandang negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, terdapat inkonsistensi hasil dari penelitian pendahulu yang sebagian besar ditemukan dalam penelitian dalam lingkup negara berkembang (Sezen, 2008) (Barbara B. Flynn, 2010); (Sundram, 2011); (Abdallah, 2014).

Ditambah dengan sebagian besar petani kecil di Indonesia masih bergantung kepada pedagang untuk menjual dan memasarkan hasil panennya. Gambaran kehidupan petani garam yang bergantung kepada pedagang garam inilah yang memunculkan ketertarikan peneliti untuk meneliti kembali : **"Pengaruh Modal, Kepercayaan Dan Akses Informasi Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam Di Kabupaten Pamekasan (Pendekatan Mixed Method)"**.

Penelitian inipun dikembangkan dari penelitian terdahulu dengan berbagai pertimbangan atas dasar perbedaan yakni.

1. Penelitian sejenis di Indonesia belum ada yang menggabungkan tiga variabel pada penelitian ini secara bersamaan.
2. Mayoritas jurnal dan penelitian yang diacu hanya mempergunakan salah satu metode, sedangkan pada penelitian ini menggabungkan 2 metode yakni kuantitatif dan kualitatif.
3. Pengambilan objek penelitian yakni mengkaji para pedagang.
4. Adanya hasil yang tidak konsisten berdasarkan penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar penjelasan tersebut, peneliti merumuskan permasalahan menjadi titik fokus dalam penelitian ini, yakni :

1. Apakah Modal berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan?
3. Apakah Akses Informasi Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan?
4. Bagaimana faktor Modal, Kepercayaan dan Akses Informasi mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Modal berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan.

3. Untuk mengetahui apakah Akses Informasi berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan.
4. Untuk mengetahui Bagaimana faktor Modal, Kepercayaan dan Akses Informasi mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kabupaten Pamekasan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kinerja

Penelitian Fadly M.A dan Raeny Dwi Santy (4:2018) mengungkapkan kinerja adalah rangkaian aktivitas yang menghasilkan prototipe sejauh mana target yang direncanakan dalam menjalani tugas dan tanggung jawabnya dalam kepercayaan publik atas dasar kelebihan maupun kekurangan yang telah dialami. Kinerja adalah suatu hasil yang berhasil dicapai oleh orang/kelompok dalam suatu organisasi berdasarkan kewenangan dan tanggung jawab untuk mencapai visi misi usaha yang bersangkutan, mematuhi hukum dan sesuai dengan norma yang berlaku. Tidak hanya itu, kinerja bisa dimaknai dengan output kerja seorang pemilik usaha yang dapat ditunjukkan bukti nyata dan dapat diukur (Awaluddin, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, kinerja mempunyai kesimpulan yakni hasil akhir kerja atau prestasi mulai dari awal proses hingga proses akhir atas aktivitas sudah dicapai seseorang dalam menjalankan tugas yang dibebankan kepadanya. Dalam konteks yang lain kinerja berarti hasil kerja, capaian dan keahlian, dorongan untuk menjalankan suatu aktivitas usaha seperti perencanaan, menjalankan proses usaha serta tahap akhir yakni mengukur dan koreksi atas hasil usaha.

2.2 Kinerja Usaha

Menurut Harris dan Bonna menjelaskan kinerja usaha adalah pencapaian suatu perusahaan karena perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan prestasi dan dibuktikan dengan peningkatan laba, modal yang menunjukkan kurva tumbuh, dan meningkatkan pertumbuhan penjualan untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha. Atas dasar definisi tersebut, kinerja usaha adalah hasil dari beberapa keputusan yang dirancang secara berkesinambungan dari manajemen dalam konteks guna mencapai visi misi secara berkelanjutan untuk memperoleh keuntungan (Awaluddin, 2017).

Indikator guna mengukur variabel Kinerja Usaha berdasarkan pada jurnal (Murwatingsih, 2016) :

1. Pertumbuhan Penjualan adalah rasio kemampuan usaha untuk bertahan atas pencapaian ekonomis di antara pertumbuhan sektor usaha. Indikator ini menjadi krusial guna menilai dalam kondisi prima atau tidak kinerja usaha
2. Pertumbuhan Laba merupakan pengukuran guna mengetahui peningkatan laba yang didapatkan atas usaha, karena semakin banyak laba yang tumbuh dalam aktivitas usaha maka kinerja usaha tersebut dalam kondisi baik.
3. Pertumbuhan Modal, Dalam konteks ini modal dapat bersumber dari dalam maupun pihak luar. ini modal dari dalam umumnya bersumber dari pelaku usaha baik berupa uang maupun aset yang di investasi guna aktivitas usaha. Sedangkan modal bersumber dari pihak luar adalah modal yang didapat bisa dari pinjaman dari seseorang, perbankan maupun para investor. Pertumbuhan modal akan meringankan para pengusaha guna mengembangkan usahanya guna meningkatkan kinerja perusahaan.

2.3 Modal

Modal berdasarkan KBBI merupakan uang pokok atau uang yang digunakan untuk pegangan perusahaan untuk usaha, mengeluarkan uang dan sebagainya. Modal adalah bentuk secara riil atas kekayaan yang dipergunakan dalam aktivitas usaha untuk tujuan kenaikan keuntungan. Modal adalah kepemilikan kekayaan oleh seseorang untuk memperoleh suatu usaha berupa uang dan digunakan memenuhi kebutuhan usaha (Yadewani et al., 2020:44). Menurut Sutrisno dalam (Setiono et al., 2017) menjabarkan bahwa seluruh aktivitas usaha selalu memerlukan biaya / uang. Kebutuhan dana yang tersebut dialokasikan ke dalam bentuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang digunakan sebagai kebutuhan investasi untuk mengatasi permasalahan pembiayaan tiap hari antara lain ketersediaan bahan baku, pembayaran pegawai, serta pembayaran utang dan pengeluaran usaha (Yuniasih, 2021).

Indikator variabel modal yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 3 komponen, yakni:

1. Modal Usaha

Dapat dimaknai dengan modal yang dialokasikan untuk kebutuhan usaha agar selalu berjalan Modal dapat pula dimaknai dari sudut pandang modal awal guna menjalankan usaha, Modal guna diversifikasi usaha, dan Modal untuk memenuhi kebutuhan usaha.

2. Modal Kerja Permanen

adalah modal yang selalu tersedia agar melancarkan roda usaha atau modal yang ketersediaannya berkelanjutan dibutuhkan guna melancarkan usaha. Modal ini bisa dijabarkan Modal Kerja Primer yang besaran modal berada di titik minimum yang dialokasikan untuk keberlangsungan usaha dan Modal Kerja Normal yang besaran modal

yang nilainya berada di level tertentu sesuai dengan kebutuhan normal untuk mempertahankan persediaan.

3. Modal Kerja Variabel

adalah besaran modal dapat fluktuatif menurut keadaan dan modal kerja ini diklasifikasikan menjadi Modal Kerja Musiman yang jumlah modalnya fluktuatif disebabkan faktor musim yang berubah-ubah, Modal Kerja Siklus dimana jumlah modalnya bervariasi disebabkan fluktuasi konjungtur dan Modal Kerja Darurat yang jumlah modalnya bervariasi karena kondisi gawat dengan sebab yang belum diketahui, seperti pemogokan karyawan, banjir, perubahan ekonomi secara tiba-tiba dll (Luthfiana, 2020).

2.4 Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017), kepercayaan adalah keseluruhan ilmu yang didapat oleh pelanggan yang secara komprehensif simpulan dibuat mencakup tentang objek, atribut dan manfaat. Menurut Rousseau et al dalam Donni Juni (2017), kepercayaan adalah area psikologis yang menjadi fokus guna menerima apa yang didasarkan atas perilaku yg baik orang lain. Pavlo dalam Donni (2017) menjabarkan kepercayaan adalah penilaian atas relasi seseorang dengan orang lain yang ingin melaksanakan aktivitas tertentu sesuai dengan ekspektasi dalam kondisi penuh ketidakpastian. Atas dasar penjabar itu, bisa ditarik benang merah bahwa kepercayaan adalah suatu ekspektasi yang dimiliki oleh seseorang / kelompok saat kata-kata, janji, pernyataan lisan atau tertulis dari seseorang atau kelompok lain dapat ditunjukkan (Donni Juni, 2017).

Penelitian ini mengacu pada McKnight et al, dalam Donni (2017) (Caniago and Sudarmi, 2021) menjabarkan bahwa indikator kepercayaan terdapat 3 indikator, yakni:

- a. Integritas ialah persepsi pelanggan bahwa pedagang mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima yaitu menepati janji, berperilaku etis dan jujur. Integritas pedagang tergantung pada konsistensi pedagang di masa lampau, komunikasi yang kredibel atau tidak kredibel dari pedagang kepada kelompok lain, dan apakah tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan janji atau perkataan yang diucapkan oleh pedagang.
- b. Kebaikan ialah tingkat kepercayaan individu terhadap kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi guna mendapat keuntungan bagi pedagang ketika muncul situasi lain yakni tidak terbentuknya komitmen.
- c. Kompetensi adalah kemampuan guna menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dan dipenuhi segala kebutuhannya. Kemampuan tersebut berdasar pada keterampilan dan karakteristik yang dimungkinkan individu atau kelompok memiliki pengaruh dominan.

2.5 Akses Informasi

Menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 10 Tahun 2010 tentang Pedoman Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi, Informasi adalah informasi, pernyataan, gagasan, dan tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta dan penjelasan bisa dilihat, didengar, dan dibaca, yang ditunjukkan dalam berbagai paket dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun nonelektronik. Sedangkan pengertian Akses Informasi adalah kemudahan yang diberikan kepada seseorang atau pelanggan untuk memperoleh informasi publik yang mereka dibutuhkan (Sudiarta. dkk, 2014).

Indikator yang dipakai untuk mengukur variabel Akses Informasi dikembangkan dari penelitian Cravens (2013:7) dalam jurnal Murtiadi Awaluddin (2017:7) :

1. Media dan sumber informasi adalah cara untuk menggali dan mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya baik informasi internal maupun informasi eksternal.
2. Informasi Pelanggan merupakan informasi strategis yang diperlukan oleh pedagang untuk untuk memenuhi kebutuhan ke pelanggan.
3. Informasi Pesaing salah satu aspek untuk mengetahui gerak-gerik aktivitas yang dilakukan oleh pesaing.
4. Informasi Pasar lain, aspek untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen diluar area informasi (Awaluddin, 2017).

2.6 Pengembangan Hipotesis

1. Variabel Modal dan Pengaruhnya pada Kinerja Usaha

Banyak orang berpikir apabila modal bukanlah segalanya dalam menjalankan usaha. Akan tetapi sangat dibutuhkan pemahaman bahwa modal dalam usaha sangat dibutuhkan (Aulia dan Hidayat, 2021). Pramaishella, dkk (2018), Anggraini (2019), Vicar (2020) dan Aulia dan Hidayat (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 :Terdapat pengaruh Modal terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Pamekasan.

2. Variabel Kepercayaan dan Pengaruhnya pada Kinerja Usaha

Kepercayaan dapat diartikan menjadi inti dalam hubungan interpersonal maupun antar organisasi (Koh, 2011). Selain itu Ha, Park, & Cho (2011) mengungkapkan bahwa kepercayaan menjadi krusial supaya kemampuan organisasi untuk membentuk dan melebarkan koneksi kerjasama pembeli pemasok berjalan lancar. Hasil penelitian Lestari, L

(2011), Aziza, S.R (2018), Tamara (2018) dan Chaniago dan Sudarmini (2021) membuktikan kepercayaan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan paparan tersebut, bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Pamekasan.

3. Variabel Akses Informasi dan Pengaruhnya pada Kinerja Usaha

Menurut Cavusgil (2015:18) dalam Jurnal Murtiadi Awaluddin (2017) menjelaskan apabila dengan mengetahui informasi diyakini dapat meningkatkan kinerja individu / organisasi, seperti pemangkasan biaya dan efisiensi waktu transaksi dan komunikasi antara partner usaha. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian Murtiadi Awaluddin (2017) bahwa "Akses Informasi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Ainul Fatah Isman (2018) pengujian membuktikan bahwa secara parsial variabel akses informasi (X2) berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis (Y) yang bermakna apabila semakin tinggi akses informasi maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis (Awaluddin, 2017). Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3 : Terdapat pengaruh Akses Informasi terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Pamekasan (Sulistiogo, 2018).

METODE PENELITIAN

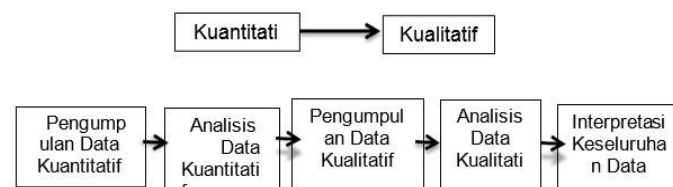
3.1 Sifat Penelitian

Pendekatan metode campuran atau lebih dikenal dengan perpaduan kuantitatif dan kualitatif (*Mix Method*) digunakan dalam penelitian ini. *Mix Method* menjadi suatu cara dengan mengkombinasikan dalam satu penelitian dengan dua bentuk pendekatan yakni kuantitatif dan kualitatif (Haryadi, 2021). Menurut Sugiyono *mix method* merupakan penelitian yang menggabungkan dua macam pendekatan secara bersamaan yakni kuantitatif dan kualitatif pada satu penelitian, sehingga mendapatkan data dan fakta yang lengkap, benar, reliabel dan objektif.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti penerapan *mixed method* dengan model *Sequential Explanatory* karena ingin mengetahui Pengaruh Modal, Kepercayaan dan Akses Informasi Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kecamatan Pamekasan. Pada tahapan ini perlu dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dengan penelitian kuantitatif. Berikutnya setelah mendapatkan data penelitian dilanjutkan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk melakukan pendalaman dan eksplorasi. Dengan demikian penelitian kali ini menerapkan model *Sequential Explanatory*.

3.2 Analisis Data Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif

Analisis data strategi eksplanatoris sekuensial adalah yang dipakai dalam penelitian metode campuran. Menurut Creswell mengungkapkan bahwa strategi eksplanatoris adalah penghimpunan dan analisis data kualitatif pada proses kedua berdasarkan hasil awal kuantitatif. Skema pengkombinasian (*mixin*) data pada strategi ini terjadi saat hasil awal kuantitatif menginformasikan proses pengumpulan data kualitatif (Creswell, 2013). Creswell menegaskan bahwa bobot atau prioritas didominasi oleh data kuantitatif. Terdapat prosedur strategi eksplanatoris sekuensial yakni,



Berdasarkan gambar di atas judul penelitian "Pengaruh Modal, Kepercayaan dan Akses Informasi Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Garam di Kecamatan Pamekasan" menerapkan strategi eksplanatoris sekuensial. Terdapat tahapan strategi eksplanatoris sekuensial yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Proses awal dengan membuat instrumen skala liker's untuk mengumpulkan data kuantitatif.
2. Proses kedua, peneliti melakukan analisis data kuantitatif memakai *software SPSS 25 for windows* pada hasil instrumen skala liker's.
3. Proses ketiga melakukan wawancara semi terstruktur untuk mengumpulkan data kualitatif.
4. Proses berikutnya adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif supaya benar-benar jenuh maka dilakukan secara interaktif. Selain itu peneliti melakukan uji validitas data guna memastikan hasil temuan peneliti akurat dan valid.
5. Proses akhir dengan melakukan interpretasi pada seluruh data. Pada langkah terakhir peneliti membahas data kuantitatif dan kualitatif dengan cara menyajikan data hasil temuan kuantitatif dan kualitatif. Selanjutnya peneliti memberikan argumentasi secara mendalam terhadap hasil temuan pada penelitian kinerja usaha pedagang garam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penelitian Kuantitatif

4.1 Uji Instrumen Data

Pembuktian uji ini dilihat dari penggunaannya yang dilaksanakan melalui perbandingan nilai r hitung dan r tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = $n - k$ yang mana n merupakan jumlah sampel yang dipakai dan jumlah variabel independennya, dengan memakai tingkat signifikan yakni 0,05, apabila r hitung > r tabel dan nilai positif maka pernyataan dapat dikatakan valid (Ghozali, 2012:53). Berdasarkan Tabel terlampir keseluruhan variabel dan hasil olah nilai korelasi untuk setiap item pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel. Hal ini membuktikan semua item pernyataan pada variabel dikatakan valid.

4.2 Hasil Uji Reabilitas

SPSS menyediakan layanan guna menilai reliabilitas melalui uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Sebab konstruk ataupun variabel bisa dinyatakan reliabel apabila mampu menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Ghozali, 2018). Tampak pada tabel terlampir keseluruhan variabel modal (X1), variabel kepercayaan (X2), variabel akses informasi (X3) dan variabel kinerja usaha (Y) dapat dikatakan reliabel, sebab nilai *Cronbach's Alpha* dari perhitungan memiliki nilai diatas 0,70.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk menguji model regresi variabel dalam sebuah penelitian, apakah variabel independen dan dependen yang digunakan ber persebaran normal atau tidak. Uji normalitas merupakan prasyarat sebelum melakukan pengujian lebih lanjut terhadap model regresi.

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Nilai Signifikansi	Keterangan	Kesimpulan
0,200	Lebih besar dari 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Lampiran

Dari tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada semua variabel model lebih besar dari pada 0,05. Maka sesuai dengan dasar dalam pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas memiliki masalah multikolinear atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinear. Pengujian ini menggunakan metode uji multikolinearitas yang adalah VIF tidak lebih dari 10, dan mempunyai angka tolerance lebih besar dari 0,10.

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Model	0,507	1,974
2. Kepercayaan	0,520	1,923
3. Akses Informasi	0,626	1,598

Sumber : Lampiran

Tabel 4.2 menunjukkan nilai signifikansi pada semua variabel model > 0,05. Dilihat dari tabel 4.2 hasil uji Multikolinearitas bahwa VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10, yang artinya Korelasi Independen tidak ada gangguan multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu observasi ke observasi lainnya. uji heteroskedastisitas ini juga dapat dideteksi dengan melihat nilai signifikansi pada setiap variabel dalam penelitian. Jika nilai sig > 0,05 dapat dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. ini dapat diketahui dari besarnya nilai sig dalam tabel coefficient.

Tabel 4.3.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan	Kesimpulan
Modal (X1)	0,604	Lebih besar dari 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kepercayaan (X2)	0,203	Lebih besar dari 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Akses Informasi (X3)	0,809	Lebih besar dari 0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran

Dalam pengujian heteroskedasitas dapat diketahui pada tabel 4.16 bahwa variabel modal (X1) mempunyai nilai sig sebesar 0.604, variabel kepercayaan (X2) mempunyai nilai

sig 0,203 dan variabel akses informasi (X3) mempunyai nilai sig sebesar 0.809. Ketiga variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai sig > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa baik variabel modal (X1), variabel kepercayaan (X2) dan akses informasi (X3) terbebas dari heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan yang terjadi antara variabel independen dalam penelitian yaitu variabel modal (X1), variabel kepercayaan (X2) dan akses informasi (X3) dengan variabel dependen dalam penelitian yaitu kinerja usaha (Y).

Tabel 4.4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.499	2.644		0.567	0.574
	Modal	0.336	0.112	0.437	3.014	0.005
	Kepercayaan	0.280	0.120	0.334	2.338	0.025
	Akses.Informasi	0.139	0.146	0.124	0.952	0.348

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 hasil dari analisis regresi linear berganda maka dapat diketahui persamaan model regresi linear berganda dalam penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,499 + 0,336 X_1 + 0,280 X_2 + 0,139 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Usaha

X1= Modal

X2 = Kepercayaan

X3 = Akses Informasi

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji T

Uji t merupakan pengujian yang dilakukan guna untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam penelitian secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t ini didasarkan pada dua cara yaitu, pertama dengan membandingkan nilai antara t-hitung dengan t-tabel dan cara kedua dengan melihat nilai signifikansi pada setiap variabel bebas.

Tabel 4.5
Hasil t-hitung uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Keterangan	Keputusan
Modal (X1)	3,014	2,028	t-hitung > t-tabel	H1 Diterima
Kepercayaan (X2)	2,338	2,028	t-hitung > t-tabel	H2 Diterima
Akses Informasi (X3)	0,952	2,028	t-hitung < t-tabel	H3 Ditolak

Sumber : Data Diolah (2022)

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung pada variabel modal (X1) dan Kepercayaan (X2) sebesar 3,014 dan 2,338 dengan nilai t- tabel sebesar 2,028 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dan H2 diterima yang berarti variabel modal (X1) dan Kepercayaan (X2) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel kinerja usaha (Y). Hasil untuk variabel akses informasi (X3) dapat diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 0,952 dengan nilai t-tabel sebesar 2,028, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti variabel akses informasi (X3) secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kinerja usaha (Y).

4.7.2 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R² dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam penelitian ini. Persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi R² semakin besar atau mendekati 1 dan cenderung meningkat sejalan dengan

peningkatan jumlah variabel bebas. Berikut adalah tabel koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan program IBM SPSS 25.

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi
(◆◆◆◆)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	0.617	0.585	1.480
a. Predictors: (Constant), Akses.Informasi, Kepercayaan, Modal				

Sumber : Lampiran

Berdasarkan tabel 4.6 Diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square dalam model regresi sebesar 0,617. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas modal, kepercayaan dan akses informasi mampu menjelaskan variabel terikat kinerja usaha sebesar 61,7%. Sedangkan sisanya sebesar 38,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. model dapat dikatakan layak karena Adjusted R Square bernilai >50%.

B. PENELITIAN KUALITATIF

Pada penelitian ini menggunakan metode campuran dengan strategi eksplanatoris sekuensial. Menurut Creswell (2010) strategi eksplanatoris sekuensial adalah strategi yang melalui tahap pertama peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis yang dibangun berdasarkan hasil kualitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif. Karena pada penelitian ini lebih menekankan pada penelitian kuantitatif dan data kualitatif digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat data. Berdasarkan hasil awal kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah apakah modal, kepercayaan dan akses informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan.

4.8. Faktor Modal dalam Kinerja Usaha Pedagang Garam

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dijalankan. Hal tersebut menjadikan modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. baik Bapak Suprpto dan Bapak Wahed memberikan penjelasan yang serupa bahwa seseorang yang memiliki pengaruh yang signifikan dapat dijadikan sebagai persiapan awal dalam menjalankan usaha. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suprpto:

"Ya karena kita tidak tahu apa yang akan terjadi dengan partner usaha baik sama petani maupun pedagang jadi kita sedia modal versi banyak sih baik itu modal lancar, modal darurat terus modal-modal tak terduga juga iya".

Begitupun penjelasan dari Bapak Wahed

"Pedagang itu kalau ngirim ke pabrik missal make sistem pinjam nama pedagang dan si pedagang nalangin uang pribadinya langsung itu meskipun gausah modal ya gapapa wes. Tapi kalau pedagangnya masuk ke yang pengecer-pengecer luar kota itu sistemnya sistem tempo 1 minggu bahkan lebih dan kita tidak hanya memenuhi permintaan luar aja di dalam sini juga harus jalan, jadi pedagang itu harus punya modal besar".

Lebih lanjut Bapak Wahed menambahkan penjelasan

"Meskipun bagi saya ga pake terlalu banyak modal tapi saya harus bayar komisi ke pedagang seperti Bapak Aziz. Jadi kalo modal lancar per ton garam saya ngasih komisi Rp 50.000 tapi kalau cash tempo saya ngasih komisi Rp 10.000 – Rp 15.000 per tonnya. Tentunya pemilihan skema itu pengaruh ke kinerja saya mas".

Berdasarkan penjelasan dari informan pentingnya ketersediaan modal guna menjalankan usaha dagangnya. Dengan ketersediaan modal melancarkan aktivitas usaha dengan para petani maupun sesama pedagang garam. Akan tetapi dalam hal ketersediaan modal jumlahnya dapat berubah-ubah sesuai dengan perubahan keadaan. Perubahan tersebut disebabkan karena fluktuasi musim. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suprpto:

"Kalau di musim itu stock lagi banyak udah pasti ada intruksi penurunan harga ya sudah kelihatan kinerja kita mas. Perubahannya itu seperti pabrik Unichem sekarang turun Susanti belum tapi beberapa hari lagi sudah turun. Karena pengalaman saya yang bertahan itu harga Boediono dan Susanti. Kadang-kadang dari awal sampai akhir stok musim harga nya tetep cuma kadang-kadang jatah. Harga ga turun cuma pengiriman nya dijatah jadi sama saja kan".

Bapak Rahmat melanjutkan penjelasan:

"Sementara untuk yang musim ini endak dijatah, untuk yang musim sebelumnya dijatah. Tergantung juga diluarnya kalo import masuk bisa jadi dijatah bisa dipastikan rusak itu harga".

Berdasarkan pada penjelasan bapak Suprpto dan Bapak Rahmat ketersediaan modal yang dipersiapkan oleh pedagang besarnya fluktuatif yang dipengaruhi oleh keadaan musim. Ketika ketersediaan garam di gudang penuh pada saat musim panen, hal tersebut mengakibatkan terdapat batasan pengiriman garam oleh pabrik kepada setiap pedagang.

Selain itu, faktor eksternal adanya impor garam yang masuk dikala garam ketersediaannya sedikit berdampak pada harga garam dan kondisi demikian mempengaruhi modal yang dipergunakan pedagang guna meningkatkan kinerja usahanya

4.9 Faktor Kepercayaan dalam Kinerja Usaha Pedagang Garam

Kepercayaan (*trust*) sebagai sebuah pernyataan yang meliputi harapan yang positif dalam menggapai situasi atau kinerja suatu usaha. Crosby et al., dalam Prasetyo (2019), menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa penyediaan jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kinerja usaha yang positif (Prasetyo, 2019). Baik Bapak Aziz., Lutfi dan Rahmat memberikan penjelasan yang serupa bahwa dalam mitra usaha di sektor garam untuk bisa meningkatkan kinerja usaha para pedagang dibutuhkan ikatan kepercayaan antara pedagang satu dengan yang lain guna dapat meningkatkan fluktuatif penjualan pedagang garam. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Aziz.

"Kepercayaan punya pengaruh besar buat meningkatkan fluktuasi penjualan garam. Kan saya dapet garam sebagian juga dari para pedagang-pedagang itu yang jual ke saya. Mangkanya kalo mereka percaya, puas dan sudah enak ya mereka terus jual ke saya"

Bapak Lutfy memberikan penjelasan:

"Kalau saya ada barang ya tinggal masukkan pabrik lewat pedagang juga termasuk pak aziz yang saya percaya dan enak an. Karena saya juga punya ikatan dengan beberapa pedagang di pabrik yang berbeda, kalo saya percaya dan puas ya terus ke pak aziz tapi kalau kurang ya pilih pedagang besar lain "

Begitupun dengan penjelasan dari Bapak Rahmat :

"Kalau saya ya karena sudah ada kepercayaan dengan pedagang jadi saya kirim garam ke pabrik lokal ya lewat pedagang-pedagang itu mas. Karena tidak sembarang orang bisa langsung masuk ke pabrik itu. Ya gitu lah mas caranya."

Berdasarkan empiris lapangan bahwa seorang pedagang tidak bisa dengan mudah melakukan transaksi jual beli komoditas garam secara langsung ke pabrik. Hal ini menandakan dibutuhkan satu pihak lagi yang mempunyai koneksi maupun kepercayaan dengan pabrik. Bapak aziz merupakan salah satu pedagang yang mempunyai akses kepercayaan langsung dengan salah satu pabrik lokal di Kabupaten Pamekasan. Berikut penjelasan dari bapak Aziz.

"Saya itu warisan dari orangtua mas, jadi orang tua sudah meninggal saya menggantikan tapi sekarang saya kembangkan. Dulu ya gak ada sistem semacam ini, gak ada partai kontrak. Kalau dari pedagang di daerah Pamekasan sendiri hanya sedikit yang bisa langsung masuk ke pabrik selebihnya kalo mau kirim ke pabrik lewat kita-kita".

Akan tetapi seorang pedagang garam yang mempunyai koneksi dengan pabrik tetap mengedepankan kepercayaan mitranya sebagai partner kinerja usaha. Berikut penjelasan dari Bapak Aziz:

"Sebenarnya lebih ke pelayanan saja gimana cara ngomongnya ke yang nitip (pedagang), ke petani lebih baik itu gimana terutama masalah keuangan itu gimana karena itu kita butuh keselarasan mas supaya kita sebagai partner sama-sama enak. Karena kalau mereka tidak percaya akan berdampak pada kinerja saya kedepannya".

Berdasarkan pada penjelasan bapak Aziz serta diperkuat dengan penjelasan dari, serta diperkuat dengan penjelasan dari bapak lutfi dan bapak rahmat pedagang percaya dan yakin terhadap partnernya yang berintegritas, berlandaskan kebaikan dan kompeten yang dapat diandalkan guna mendorong ke arah hasil positif termasuk dalam transaksi jual beli.

4.9.3 Faktor Akses Informasi dalam Kinerja Usaha Pedagang Garam

Menurut Cravens (2013:7) dalam Murtiadi Awaluddin (2017:7), Perbaikan informasi bisnis harus mencakup keseluruhan sistem industri dari kedatangan material sampai kepada konsumen dan desain ulang produk untuk masa mendatang . melihat komponen akses informasi yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen adalah informasi pelanggan (*customer information*), informasi pesaing (*competitor information*), dan informasi pasar lain (*other market information*) (Awaluddin, 2017).

Baik Bapak Suprpto dan Bapak Wahed sama-sama menutup akses informasi terkait pelanggan karena menjadi aspek terpenting guna meningkatkan kinerja usaha pedagang. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suprpto sebagai berikut :

"Kalau informasi buat pelanggan itu kita susah apabila mengandalkan dari sesama pedagang, jadi ya kita cari sendiri. Saya dapat pelanggan di luar pulau ya dari usaha saya sendiri aktif di media sosial. Tapi ya minta nya di solo 10 ton dikirim dari pamekasan, itu dah impas bahkan rugi buat pengeluaran".

Bapak Suprpto menambahkan :

"Kalau di pasar ecer kanada potongan berat emas, Mangkanya kalau kepepet kecolongan berat itu langsung ruginya mutlak karena selisih nya itu Gak seberapa. Kalau dihitung kasar ya 1 truk itu 10 ton. Hasil Rp 20.000 itu sudah banyak. Itu Rp

200.000 itu masih kotor. Maksudnya masih kotor itu itung-itung annya dari posisi pembelian sampai penjualan belum dihitung biaya-biaya tak terduga. Anak-anak minta es, minta rokok kan tanggungan pemborong / pedagang. Jadi kalau pedagang itu per hari nya cuma kirim 1 truk 2 truk itu rugi karena jatah rokok nya itu 1 bungkus”.

Begitupun penjelasan dari Bapak Wahed:

“Saya aja dapetnya susah mas dan gak berharap dapet dari pedagang garam juga. Ya jadi saya sering-sering buka facebook buat liat ada pelanggan di Jawa ndak kalo ga gitu ga dapet. Tapi ya permintaan nya dikit ngirimnya jauh. Apalagi Sistem bayarnya DP, setelah barang sampai tempo nya 1-2 minggu buat bayar sisanya, eh taunya molor berminggu-minggu itu kan sudah minus mas. Banyak kasus seperti itu”.

Berdasarkan pada pernyataan Bapak Suprpto dan bapak Wahed mengungkapkan bahwa sulitnya mencari informasi pelanggan bagi para pedagang garam. Tertutupnya akses informasi pelanggan ini mengakibatkan kurang maksimalnya kinerja usaha para pedagang garam di Kabupaten Pamekasan. Selain akses untuk informasi pelanggan, Informasi pesaing menjadi salah satu ukuran untuk mengetahui pergerakan yang dilakukan oleh pesaing. Informasi pesaing ditentukan dengan arah pangsa pasar mana yang dituju oleh para pedagang dalam bertransaksi. Seperti halnya Bapak Suprpto yang berorientasi pada pasar luar (eceran) dengan Bapak Rahmat yang fokus pada pasar lokal. Berikut penjelasan dari Bapak Suprpto:

“Saya sebelumnya itu main nya di pasar ecer mas, ya gitu kalo di lokalan sini yang pasti kena potongan berat dari pabrik kalau di ecer juga kena potongan juga. Biaya jadi lebih besar sedikit karena ongkos angkut dan resiko tidak bayarnya juga ada. Itu kenapa pentingnya menjalin kepercayaan antar partner buat meminimalisir resiko itu

Begitupun juga yang dijelaskan oleh Bapak Rahmat:

“Kalau perihal pesaing karena saya mainnya hanya di pabrik lokal jadi sudah langsung tau mas nama-nama siapa saja yang ke pak aziz, pak H.Yanto siapa yang ke pak hassan. Jadi kalau garam sulit para pedagang pada main harga buat bisa dapet garam, jadi harga pasarannya KW1 itu Rp 800.000 per ton ditawarkan pedagang sampai Rp 825.000 supaya bisa capai target. Kalau saya ya mikir-mikir mas itu belum keitung potongan berat dari pabrik 11% dan pengeluaran yg lain jadi ya kalah”.

Berdasarkan pada penjelasan Bapak Suprpto dan Bapak Rahmat adanya akses informasi khususnya mengenai informasi dirasa masih belum cukup meningkatkan kinerja usaha para pedagang. Jika dilihat dari orientasi pangsa pasar ecer dan lokal keduanya masih mempunyai resiko yang tinggi terutama pada potongan berat atas produk garam. Perbedaan komposisi potongan antara kedua orientasi pasar tersebut menjadi faktor pertimbangan bagi para pedagang ingin dipasarkan kemana produk garam yang dimilikinya.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan cara menyebar angket serta melakukan wawancara kepada responden untuk pengumpulan data kuantitatif dan data kualitatif dengan responden pedagang garam di Kabupaten Pamekasan, dapat disimpulkan bahwa Variabel modal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan dengan nilai thitung > ttabel (3,014 > 2,028) dengan signifikan 0,005 < 0,05 sehingga H1 diterima. Kemudian didukung dengan data kualitatif yang menyatakan bahwa variabel modal mempengaruhi kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan.

Variabel kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan dengan nilai thitung > ttabel (2,338 > 2,028) dengan signifikan 0,025 < 0,05 sehingga H2 diterima. Kemudian didukung dengan data kualitatif yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan. Variabel akses informasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan dengan nilai thitung > ttabel (0,952 > 2,028) dengan signifikan 0,3485 < 0,05 sehingga H3 ditolak. Kemudian didukung dengan data kualitatif yang menyatakan bahwa variabel akses informasi tidak mempengaruhi kinerja usaha pedagang garam di Kabupaten Pamekasan.

Berdasarkan uraian diatas faktor penyediaan modal dalam jumlah besar menjadi aspek penting guna menjalankan usaha berkelanjutan. Menyediakan modal usaha dalam jumlah besar juga dibutuhkan sebagai sarana untuk meningkatkan ketertarikan petani atau pelanggan dalam transaksi jual beli. Keterkaitan yang terjalin atas dasar utang – piutang tersebut selain juga meningkatkan kinerja usaha pedagang karena secara tidak langsung menjual hasil garam ke pedagang juga menciptakan rasa kepercayaan diri sebagai partner usaha. Faktor Kepercayaan terjalin tidak hanya sekedar bantuan modal usaha akan tetapi juga pelayanan dan jasa yang diberikan pedagang kepada petani. Selain itu, memanfaatkan akses informasi yang dikombinasikan dengan penyediaan modal yang memadai serta sumber daya kepercayaan yang telah dibangun akan didapatkan peningkatan atas kinerja usaha para pedagang garam di Kabupaten Pamekasan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini yakni banyak masyarakat yang terdampak perekonomiannya akibat pandemi covid-19, seperti penghasilannya menurun, atau usahanya gulung tikar. Sehingga tidak dapat menggambarkan kondisi kinerja usaha pedagang pada kondisi normal sebelum adanya pandemi covid-19.

5.3 Saran

Harapan dari hasil penelitian ini, mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi, terutama kinerja tentang fraudulent financial kinerja usaha. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyajikan hasil yang lebih berkualitas dengan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Penelitian masa mendatang dapat menguji variabel dengan faktor internal dan eksternal kinerja usaha, selain pada penelitian ini yang diduga dapat meningkatkan kinerja usaha secara signifikan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian dari sektor lain yang lebih luas sehingga dapat menggeneralisasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bernardin, H. J. (2013). *Human Resource Management: An Experiential Approach*, 6th ed. New York: McGraw-Hill.
- Cavusgil. (2008). *International Business: Strategy, Management, and The New Realities*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Craven, D. W. (2003). *strategic Marketing Seventh Edition*. New York: Mc Graw-Hill.
- Creswell, J. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gunawan, A. (2012). *Information access for SMEs in Indonesia A study on the business performance of garment manufacture*. Bandung: Ipskamp Drukkers.
- Haryono dan Hadi. (1998). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Huberman, M. B. (1992). *Analisis data kualitatif buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UIP.
- Kaplan, R. S. (1996). *Menerapkan Strategi Menjadi Aksi Balanced scorecard. (alih bahasa, R. Peter dan Pasla, Yosij)*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, J. E. (2019). *Manajemen event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Moleong. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Sistematika Modern*. Jakarta: Salemba Huamanika.
- Nugroho. dkk. (2020). *Mengkaji sistem pemasaran garam di Madura. Media Trend. Perilaku konsumen: Dalam persaingan bisnis kontemporer*. (2017). Bandung: CV Alfabeta.
- Sangadji dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2015). *Pengantar bisnis, teori dan contoh kasus*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Widi, K. (2018). *Menggelorakan penelitian; pengenalan dan penuntun pelaksanaan penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yakub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

JURNAL

- Abdallah, A. B. (2014). *The Impact of Supply Chain Management Practices on Supply Chain Performance in Jordan: The Moderating Effect of Competitive Intensity*. International Business Research,, 7 (3).
- Ainin, et al. (2015). *Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes*. Eemrald.
- Aulia dan Hidayat. (2021). *Pengaruh modal dan inovasi terhadap kinerja umkm kain perca di Kecamatan Medan Denai . Jurnal Bisnis Net .*
- Awaluddin, M. (2017). *Pengaruh Kepribadian Entrepreneurship Islam dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil di Kota Makassar*. Jurnal Iqtisaduna, 79-97.
- Barbara B. Flynn, B. H. (2010). *The impact of supplay chain integration on performance : A contingency and configuration approach*. Operation Management, 58-71.
- Caniago. dkk. (2021). *Analisis pengaruh kepercayaan dan motivasi karyawan terhadap kinerja perusahaan*. Jurnal Lentera Bisnis .
- Ferdiansyah. dkk. (2021). *. Pengaruh modal, financial knowledge, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion di Bekasi Utara*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM).
- Hanum, N. (2017). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang*. Surabaya: Jurnal Samudra Ekonomika.
- Haryadi, B. (2021). *Mengungkap Makna "Keuntungan"pada Sistem Paroan Penggemukan Sapi Madura*. Agroekonomika.
- Hermanto, B. (2010). *Pengaruh Regulasi Pemerintah, Akses Informasi, Persaingan Usaha terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara*. Jurnal Aplikasi Manajemen.
- Hidayat, F. A. (2021). *Pengaruh Modal dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kain Perca di*

- Kecamatan Medan Denai. Jurnal Bisnis Net, 02.
- Ihsyelin.dkk. (2014). *Analisis pengaruh kepercayaan, partisipasi, relevansi strategis pada kinerja keuangan industri berbasis keluarga di Jogjakarta*. Jurnal Perilaku Dan Strategi bisnis
- Koh, F. d. (2011). *Trust in Global Trust Across Borders: Buyer-Supplier Trust in Global*. Journal of the Association for Information Systems, 886–922.
- McKnight et al. (2002). *The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model*. Jurnal Sistem Strategi Informasi.
- Mukhsin, M. (2017). *Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kualitas hubungan dampaknya pada kinerja rantai pasokan (Studi kasus produksidan persebaran dedak pada Pd sederhana)*. Jurnal Manajemen.
- Murwatiningih, W. A. (2016). *Pengaruh kemampuan manajemen dan karakteristik usaha terhadap kinerja usaha UKM olahan produk salak di Kabupaten Banjarnegara*. Management Analysis Journal .
- N. Mandasari, a. W. (2016). *Pengaruh information sharing, knowledge sharing dan relation terhadap performance perusahaan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 290-300,.
- Pramaisihella, N. A. (2018). *Pengaruh modal, dukungan pemerintah dan kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah*. Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital.
- Rositawati.dkk. (2013). *Rekristalisasi garam rakyat dari Daerah Demak untuk mencapai garam SNI Industri*. Teknologi Kimia dan Industri.
- Sezen, B. (2008). *Relative Effects of Design, Integration and Information Sharing on Supply Chain Performance*. Supply Chain Management: An International Journal 13(3), 233–240.
- Sudiarta. dkk. (2014). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli*. e-Journal Bisma.
- Sumintarsih.dkk. (2014). *Sketsa kehidupan dan hubungan kerja petani garam Kalianget, Madura*. DIY Yogyakarta: Indonesiana.
- Sundram, V. P. (2011). *Supply Chain Management Practices in the Electronics Industry in Malaysia*. Benchmarking: An International Journal, 18(6), 834–855.
- Trikoberry, J dkk. (Jakarta). *Analisis usaha tambak garam di Desa Pengarengan Kecamatan Pangenan Kabupaten Cirebon*. Jurnal Perikanan dan Kelautan
- Veno, M,H dan Hartono S . (2013). *Analisa pengaruh kepercayaan terhadap tenaga penjual (trust in employee), dan kepercayaan terhadap merk (trust in brand) terhadap niat beli (purchase intention) konsumen pada Bernini Furniture di Surabaya dan Semarang*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1-12.
- Windi dan Murtaningsih. (2016). *Pengaruh kemampuan manajemen dan karakteristik usaha terhadap kinerja usaha ukm olahan produk salak di Kabupaten Banjarnegara*. Management Analysis Journal.
- Wulandari, S. P. (2015). *Pengaruh modal, potensi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Yousafzai. (2003). *A proposed model of etrust for electronic banking*. Technovation.

SKRIPSI

- Adede, K. (2018). *Pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang pasar (Studi kasus pada Pasar Kamis Jl. Raja Kango Kecamatan Bulango Timur Kabupaten Bonebolango*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Azizah, S. R. (2019). *Pengaruh komitmen, kepercayaan dan kerja sama buyersupplier terhadap kinerja bisnis UMKM barang konsumsi di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Isman, A. F. (2018). *Pengaruh kepribadian entrepreneurship islam, akses informasi, dan inovasi bisnis terhadap kinerja bisnis wirausaha penyulingan minyak daun cengkeh (Studi kasus Desa Patalassang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai)*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Luthfiana, L. (2020). *Pengaruh modal, inovasi dan tingkah pemahaman manajemen keuangan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Batang*. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
- Johana, J. (2016). *Analisis pengaruh sistem informasi akuntansi dan ecommerce terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah*. Jakarta: Institut Keuangan Perbankan dan Informatika Asia (Asian Banking Finance And Informatics Institute) P E R B A N A S.
- Prasetyo, K. d. (2019). *Analisis pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada PT. Djitoe Indonesian Tobacco Surakarta)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Yuniasih, K. (2021). *Pengaruh modal awal, lama usaha dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Tos 3000 Batam*. Batam: Universitas Putera Batam
- Sulistiogo, A. (2018). *Pengaruh kualitas sdm dan akses informasi terhadap akses*

permodalan UMKM dan dampaknya terhadap kinerja UMKM Mitra LPDB-KUMKM di Provinsi Jawa Barat. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta

Sumitro, M. B. (2019). *Analisis tingkat kepuasan petani kopi arabika terhadap pedagang pengumpul dan strategi bisnis usahatani kopi arabika di Pematang Raya Kecamatan Raya Kabupaten Simalungun*. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Tamara, A. (2018). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap kinerja bisnis UMKM*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ARTIKEL ONLINE

Badan Pusat Statistik. (2020). *Kebutuhan garam di Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
Badan Pusat Statistik. (2021). *Pemekasan dalam angka 2021*. Pamekasan: Badan Pusat Statistik.

Bardan, A. B. (2020). *Kebutuhan industri tinggi, pemerintah genjot produksi garam lokal*. Jakarta: Kontan.co.id. Link : <https://kkp.go.id/brsdm/sosek/artikel/41044-produksi-garam-tahun-2020> diakses pada Kamis, 30 Januari 2022 Pukul 20:57 WIB.

Jamil.dkk. (2017). *faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan efektivitas kebijakan impor garam Indonesia*. Bogor: Buletin Litbang Perdagangan. Link : <http://jurnal.kemendag.go.id/index.php/bilp/article/view/73> diakses pada Kamis, 30 Januari 2022 Pukul 20:57 WIB.

Pratama, O. (2021). *Konservasi perairan sebagai upaya menjaga potensi kelautan dan perikanan Indonesia*. DKI Jakarta: Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut.

Putri, A. S. (2020). *Potensi sumber daya alam lautan*. Kompas.com. Link : <https://www.kompas.com/skola/read/2020/05/29/090000069/potensi-sumber-daya-alam-lautan?page=all2> diakses pada Kamis, 30 Januari 2022 Pukul 20:57 WIB.

Note:

- ✓ Halaman Ganjil: Footer dan halaman di kanan, Halaman Genap: Footer dan halaman di kiri.
- ✓ Halaman Ganjil: Header (ISSN) di sebelah kanan, Halaman Genap: Header (ISSN) di sebelah kiri