

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan revolusi industri yang bergerak semakin masif membawa banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan, terutama pada sektor bisnis. Sektor bisnis terus bertransformasi untuk menghadapi era revolusi industri saat ini. Revolusi Industri saat ini mengakibatkan setiap perusahaan dihadapkan pada perubahan kondisi bisnis yang semakin masif dan kompetitif (Sil et al., 2018). Tantangan digitalisasi membuat perusahaan harus bergerak cepat dalam merespon lingkungan bisnis. Fenomena tersebut mengakibatkan persaingan bisnis antar perusahaan semakin meningkat. Oleh karena itu, kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa sehingga terciptanya *value* bagi konsumen dan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis saat ini.

Indonesia merupakan negara dengan potensi ekonomi yang baik, potensi yang menarik perhatian dunia internasional. Berdasarkan laporan *International Monetary Fund* (IMF) 2018 Indonesia dinilai sebagai salah satu negara ekonomi pasar berkembang yang memiliki potensi tinggi di dunia dan memiliki kondisi yang baik untuk membuat perubahan kesejahteraan masyarakat di masa depan serta mampu memanfaatkan tren yang menguntungkan secara komprehensif. Oleh karena itu, Indonesia terus mendorong perekonomian agar dapat memajukan taraf kehidupan dan kemakmuran masyarakat.

Salah satu upaya yang dilakukan Indonesia dalam mendorong perekonomian adalah meningkatkan jumlah wirausaha. Menurut naskah akademik yang disusun oleh Pusat Perancangan Undang-Undang Badan Keahlian DPR RI (2020) menyatakan bahwa persentase wirausaha di Indonesia masih berada di sekitar angka 3 persen, hal tersebut terbilang kecil mengingat banyaknya jumlah penduduk di Indonesia. Selain itu,

berdasarkan laporan Global Entrepreneurship Index (GEI) 2019 yang disusun oleh Acs et al. (2019) Indonesia menempati urutan ke-75 dari 137 negara yang berkaitan dengan jumlah wirausaha. Dalam era persaingan saat ini, tentu peran wirausaha sangat diperlukan karena aktivitas yang dilakukan oleh wirausaha dinilai produktif dan mampu melakukan banyak inovasi sehingga akan berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara.

Saat ini, salah satu fokus pemerintah dalam meningkatkan perekonomian nasional adalah penguatan sektor UMKM. Kondisi tersebut memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Sektor UMKM berperan secara sentral dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka kesempatan kerja, dan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan (Sinarwati et al., 2019). Berdasarkan data KEMENKOPUKM, (2019) menyatakan UMKM berkontribusi sebesar 99,99 persen dari total industri yang aktif di Indonesia dan sumbangsih pelaku UMKM terhadap PDB atas harga berlaku sebesar 60,51 persen.

UMKM dinilai sebagai kontributor utama bagi sebagian besar industri dan negara, UMKM dapat menanggapi ekspektasi konsumen dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar (Li et al., 2016; Moeuf et al., 2018). Dengan struktur modal yang tidak terlalu besar, sistem manajemen organisasi yang sederhana, dan mempermudah masyarakat dalam menjalankan kegiatan ekonomi, UMKM dinilai mampu menjadi alat untuk mewujudkan perekonomian yang ideal. Namun, persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM memiliki strategi bisnis yang efektif agar dapat berkembang dan mampu mempertahankan eksistensi usahanya (Afiyati; et al., 2019). Setiap UMKM diwajibkan melakukan perbaikan secara terus menerus baik dari segi produk maupun jasa sehingga mampu mendorong pertumbuhan pasar dan mengatur persaingan dengan baik.

Menurut Andiyanto & Sufian (2017) dan Sil et al. (2018) menyatakan gelombang globalisasi yang semakin maju, menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan cepat agar tidak tertinggal dengan perusahaan besar. Namun saat ini, UMKM di Indonesia dinilai masih sangat perlu mengejar ketertinggalan produktivitas pada perusahaan besar dan diharapkan mampu meningkatkan daya saing di kawasan Asia Tenggara. Terdapat kelemahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM meliputi kurangnya inovasi produk, kurangnya kemampuan manajerial, dan kurangnya permodalan yang baik sehingga akan menghambat kinerja UMKM (Ramayanti & Novita, 2017). Selain itu, menurut Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia (2016) bahwa kualitas sumber daya manusia pada UMKM Indonesia merupakan salah satu faktor yang menghambat kinerja UMKM tersebut karena produktivitas tenaga kerja UMKM yang dinilai masih rendah.

Sumber daya manusia memiliki hubungan yang erat dalam meningkatkan produktivitas dan memenangkan persaingan bisnis pada UMKM. Namun, produktivitas UMKM Indonesia masih kalah jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand. Ketiga negara tersebut memiliki tingkat produktivitas yang baik dan memiliki tingkat rasio wirausaha yang ideal seperti Singapura mencapai 8,76 persen, Malaysia mencapai 4,74 persen, dan Thailand sekitar 4,26 persen (Asiatoday.id). Selain itu, indeks kebijakan UMKM Indonesia juga masih di bawah ketiga negara tersebut. Saat Ini, indeks kebijakan UMKM Indonesia baru mencapai 3,41 sedangkan ketiga negara tersebut sudah lebih dari 5 (pikiranrakyat.com). Selain fokus pengembangan SDM, digitalisasi menjadi faktor penting lainnya bagi UMKM agar UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas. Kemampuan penguasaan teknologi merupakan hal wajib yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM, karena saat ini konsumen terbiasa menggunakan teknologi dalam pengambilan keputusan untuk membeli barang.

Di era penuh persaingan menuntut UMKM untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan agar dapat mengejar

ketertinggalan produktivitas pada perusahaan besar. Kesadaran kualitas tentu diperlukan bagi UMKM karena dengan adanya kesadaran kualitas akan meningkatkan kinerja UMKM, baik dari segi finansial maupun non finansial. Salah satu konsep untuk menimbulkan kesadaran kualitas adalah dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). Hilman et al. (2019) menyatakan bahwa kemajuan globalisasi yang semakin cepat menuntut Usaha Besar dan UMKM harus mengadopsi TQM untuk meningkatkan kinerjanya di pasar yang semakin kompetitif. Terdapat penelitian terbaru yang menguji TQM sebagai model keunggulan bisnis dan meningkatkan kinerja Usaha Besar dan UMKM (Talib et al., 2014). TQM merupakan sistem strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas dalam layanan perusahaan sehingga terciptanya utilitas bagi pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pambreni et al. (2019) menyatakan bahwa sebanyak 350 UKM pada sektor jasa di Selangor, Malaysia yang menggunakan model TQM memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM. Selain itu, penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa manajemen UKM disarankan terlebih dahulu untuk lebih memperhatikan pelanggan dengan memberikan kualitas layanan terbaik dan memberikan nilai tambah layanan untuk kepuasan pelanggan. Kemudian, terdapat penelitian lainnya yang menguji model TQM terhadap kinerja UMKM, penelitian yang dilakukan oleh Sukwadi (2015) menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Jakarta, Indonesia masih dalam tahap awal penerapan manajemen mutu (TQM) dan penerapan TQM paling banyak dilakukan pada jasa perbaikan dan percetakan yang dianggap efektif dalam menggunakan model TQM. Selain itu penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa UMKM di Jakarta perlu meningkatkan kualitas produk yang akan berdampak positif pada kinerja bisnis. Dengan demikian, pengetahuan dasar mengenai kesadaran kualitas diperlukan bagi UMKM di Jakarta untuk membantu memperoleh peningkatan berkelanjutan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Pelaku UMKM di Jakarta harus meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan harga yang kompetitif. Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (PPKUKM) menyatakan bahwa pelaku UMKM harus bisa menemukan metode yang menekankan kualitas dalam meningkatkan nilai tambah pada produk dan layanan sehingga mampu bersaing di pasar dan menciptakan kepuasan konsumen. Selain itu, Dinas PPKUKM menyatakan terdapat beberapa UMKM di Jakarta Barat yang memiliki produk terbaik, salah satunya adalah UMKM binaan yang berada di Kelurahan Kapuk, Cengkareng. UMKM tersebut memproduksi beraneka ragam furnitur, sedangkan produk unggulan lainnya di Cengkareng, seperti jenis usaha kuliner, garmen, aksesoris, dan peralatan rumah tangga (beritajakart.id). Berdasarkan data DPPKUKM 2021 sebanyak 5.967 UMKM di Cengkareng terdaftar di suku dinas tersebut dan sebanyak 1.601 telah mengikuti pelatihan. Pelatihan yang diikuti oleh pelaku UMKM seperti pelatihan manajemen keuangan, pelatihan pembinaan kewirausahaan, pelatihan *fashion*, pelatihan kuliner, pelatihan kerajinan, dan lain-lain.

Adanya pelatihan tersebut diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan serta mampu melakukan promosi produk secara efektif sehingga dapat bersaing dan menciptakan kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan, bahwa metode yang tepat untuk menekankan kualitas produk dan layanan pada Usaha Besar dan UMKM adalah menggunakan pendekatan TQM (Hilman et al., 2019). TQM menekankan pada kualitas secara keseluruhan mulai dari *supplier* hingga konsumen. Selain itu TQM juga memfokuskan manajemen kinerja dalam memastikan sasaran perusahaan untuk mencapai keunggulan produk dan jasa secara konsisten bagi konsumen. TQM memungkinkan UMKM untuk mengeksplorasi strategis bisnis dan mengetahui kondisi pertumbuhan bisnis serta mendorong UMKM untuk berinovasi sehingga UMKM memperoleh keunggulan kompetitif (Sahoo & Yadav, 2017).

Model TQM diharapkan memberikan dampak positif bagi UMKM, khususnya pada kualitas produk, layanan, produktivitas, fokus terhadap tujuan, kinerja keuangan, keterlibatan karyawan, perbaikan secara berkelanjutan, kepuasan konsumen, dan adanya kenaikan laba (Chaerunisak & Aji, 2020). Selain itu Chaerunisak & Aji (2020) juga menyatakan bahwa untuk memperbaiki posisi bisnis UMKM, metode TQM yang digunakan pelaku UMKM dinilai mampu mencapai keunggulan bersaing sehingga dapat menguasai pangsa pasar secara luas dan meningkatnya penjualan. Pendekatan TQM pada UMKM dapat memberikan inovasi terbaru, meminimalisir kesalahan kerja, memperbaiki dan mempertahankan kualitas input dan output.

Dalam penelitian Pambreni et al. (2019) menyatakan bahwa UMKM yang menerapkan TQM lebih memperhatikan konsumen dengan memberikan kualitas produk dan layanan terbaik sehingga memberikan nilai tambah dan kepuasan bagi konsumen. Selain itu, pelaku UMKM juga melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen, merencanakan strategi baru, melakukan perbaikan berkelanjutan, dan melakukan komunikasi serta proses pelatihan karyawan yang tepat sehingga penerapan TQM dalam meningkatkan kinerja UMKM dapat berjalan efektif.

Pelaku UMKM yang dapat menjalankan kegiatan usaha secara efektif dan efisien, serta mampu menghasilkan produk atau layanan yang memiliki standar kualitas lebih baik dibandingkan pesaing dan sesuai dengan harapan konsumen akan meningkatkan kinerja bisnis dan tercapainya tujuan usaha (Alimudin, 2013). Kinerja organisasi UMKM dapat dicapai dengan menerapkan budaya orientasi pasar, yaitu bagaimana perusahaan menyadari pentingnya menghasilkan kebutuhan dan keinginan sesuai konsumen serta tuntutan sesuai kondisi pasar (Andiyanto & Sufian, 2017). Selain itu, terdapat elemen penting lainnya yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan yaitu orientasi pasar. Informasi mengenai kondisi pasar penting bagi perusahaan yang menekankan orientasi pasar untuk mengetahui

preferensi pasar dan mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen pada saat ini, serta maupun memprediksi kebutuhan di masa yang akan datang (Hamel & Wijaya, 2020).

Orientasi pasar juga menjadi salah satu elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Jabeen & Mahmood, 2015) yang menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan strategi yang diterapkan oleh UKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan sehingga mampu menarik pelanggan. Selain itu mereka juga menyatakan bahwa sangat penting bagi UKM dalam menerapkan strategi seperti, *Total Quality Management* dan orientasi pasar dalam merespon lingkungan bisnis yang kompetitif sehingga dapat mencapai kinerja UKM yang lebih baik.

Dari deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa TQM dan orientasi pasar merupakan elemen yang dapat mewujudkan kinerja UMKM secara optimal. Dengan penerapan TQM, UMKM akan mengedepankan kualitas dalam berbagai hal, yaitu produk, layanan, dan proses manajemen usaha sehingga output yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, UMKM yang berorientasi pasar dapat mengetahui kondisi pasar dan mampu menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas sehingga akan tercapainya kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu baik dari dalam maupun luar negeri yang menguji pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Sahoo & Yadav (2017), Minci (2018), Chienwattanasook & Jermsittiparsert (2019), Hilman et al. (2019), Khoviani & Izzaty (2020), dan Pambreni et al. (2019) menunjukkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Namun terdapat perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Bazazo et al. (2017) menunjukkan hasil yang tidak signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi pada hotel. Hal tersebut menunjukkan hasil inkonsistensi mengenai pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM pada penelitian terdahulu.

Kemudian, beberapa penelitian menyimpulkan bahwa adanya hasil yang signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja organisasi UMKM (Afiyati; et al., 2019; Bazazo et al., 2017; Bhaskar, 2020; Pramesti & Giantari, 2016; Zulkarnain & Mukarramah, 2019). Selanjutnya, terdapat penelitian yang menyebutkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM terhadap orientasi pasar (Bazazo et al., 2017; Bhaskar, 2020; Pattanayak et al., 2017).

Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang menguji bahwa orientasi pasar memediasi hubungan *Total Quality Management* dan kinerja organisasi UMKM. Dalam konteks ini, masih sedikit yang meneliti hubungan *Total Quality Management* dan kinerja organisasi melalui orientasi pasar (Bhaskar, 2020). Selain itu, Bhaskar (2020) menyatakan bahwa penelitian yang membahas hubungan antara TQM dan kinerja organisasi yang dimediasi oleh orientasi pasar dinilai langka dan unik. Adanya penelitian yang menguji hubungan tersebut, di antaranya Bhaskar (2020) dan Wang et al. (2012) menunjukkan hasil yang signifikan antara TQM dan kinerja organisasi melalui orientasi pasar.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti melihat adanya *gap* penelitian pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM karena adanya hasil yang inkonsistensi pada penelitian terdahulu dan masih sedikitnya penelitian yang menguji peran orientasi pasar memediasi hubungan TQM dan kinerja UMKM. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh TQM Terhadap Kinerja UMKM dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Beberapa penelitian terdahulu telah menguji pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, masih sedikit peneliti yang membahas pengaruh TQM terhadap UMKM dalam beberapa dekade terakhir. Selain itu, beberapa penelitian menyimpulkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM

terhadap kinerja organisasi UMKM. Namun, terdapat penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan mengenai pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Hal tersebut adanya kontradiksi hasil pada penelitian terdahulu. Kemudian, penelitian yang menguji peran orientasi pasar sebagai perantara hubungan TQM dengan kinerja organisasi dinilai masih minim oleh penelitian terdahulu. Oleh sebab itu, penulis merumuskan pertanyaan penelitian mengenai pentingnya TQM dan Orientasi Pasar untuk meningkatkan kinerja organisasi terutama UMKM, sebagai berikut:

1. Apakah TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar?
3. Apakah orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap Kinerja UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh TQM terhadap orientasi pasar.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM melalui orientasi pasar.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah referensi dan dijadikan acuan penelitian untuk bidang akuntansi manajemen, terutama bagi yang ingin meneliti TQM dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.
- b) Adanya pembuktian atas *gap* penelitian yang terdapat pada penelitian-penelitian terdahulu mengenai TQM dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a) Memberikan informasi bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya penerapan TQM untuk meningkatkan kinerja UMKM.
- b) Memberikan masukan bagi pelaku UMKM mengenai orientasi pasar dalam meningkatkan nilai produk atau layanan yang sesuai dengan preferensi pasar.