

BAB III

METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini selama kurang lebih empat bulan yang dimulai pada bulan April sampai Juli 2021, baik dari perencanaan dan proses pengumpulan data, penyusunan proposal skripsi maupun laporan skripsi. Tempat pengumpulan data untuk penelitian ini adalah Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Data penelitian ini diperoleh dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta yang berlokasi di Jakarta Utara untuk melihat daftar UMKM di Kecamatan Cengkareng. Data pada penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan kepada pemilik UMKM di Kecamatan Cengkareng.

3.2 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan studi kausal komparatif dalam penelitian ini. Penelitian kausal komparatif merupakan studi yang menanyakan hubungan kasusal yang bersifat sebab akibat antara variabel independen (memengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi fakta, melakukan penyelidikan, dan menjawab pertanyaan penelitian mengenai hubungan kausal antara TQM sebagai variabel independen terhadap kinerja UMKM sebagai variabel dependen serta adanya orientasi pasar sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan TQM dan kinerja UMKM.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang dalam proses penyusunannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, dan data bersifat numerik. Data tersebut kemudian akan diolah dengan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang menjelaskan keterkaitan antar variabel-variabel yang dipakai. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur setiap

indikator pada masing-masing variabel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang akan disebarakan kepada pemilik UMKM di Cengkareng.

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme yang akan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Populasi merupakan keseluruhan karakteristik yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas untuk dipelajari oleh peneliti sehingga dapat menarik kesimpulan penelitian (Sugiyono, 2013). Berdasarkan laporan dari Dinas PPKUKM DKI Jakarta tahun 2021 bahwa jumlah UMKM di Kecamatan Cengkareng sebanyak 5.967.

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa sampel merupakan segmen dari jumlah dan karakteristik pada populasi. Selain itu menurut Hardani; et al. (2020) menyatakan sampel adalah bagian dari kelompok populasi yang kemudian diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel. Dari beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian yang mewakili anggota populasi yang dijadikan sebagai subjek atau objek penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* melalui *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang merepresentatifkan kriteria dan pertimbangan yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

1. UMKM yang direkomendasikan oleh Dinas PPKUKM DKI Jakarta Tahun 2021 untuk diwawancarai.
2. UMKM yang sudah atau belum menyadari telah menggunakan sistem TQM.

Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM berdasarkan kriteria dan pertimbangan yang telah dijelaskan di atas. Selain itu, dalam besaran sampel yang ditentukan, peneliti menimbang kembali karena keterbatasan biaya dan waktu. Namun, penetapan jumlah sampel tidak menyimpang pada referensi dan alat analisa yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM).

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Total Quality Management (Variabel Independen)

Variabel independen dimaknai sebagai suatu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan variabel dependen baik secara negatif atau positif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Total Quality Management*.

TQM yang dimaknai sebagai sistem strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas dalam layanan perusahaan sehingga terciptanya utilitas bagi pelanggan. 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. Menurut Goetsch & Davis (2016) dan penelitian yang dilakukan oleh Widjaya & Suryawan, (2014), Al-Shdaifat, (2015), dan Segara & Sudiarta, (2019) menyatakan bahwa TQM mempunyai 10 unsur yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mencapai tujuan bisnis:

1. Fokus terhadap konsumen
2. Obsesi terhadap kualitas
3. Pendekatan ilmiah
4. Komitmen jangka panjang
5. Adanya kerja sama tim
6. Peningkatan proses berkelanjutan
7. Adanya pendidikan dan pelatihan kerja

8. Kebebasan yang terkendali
9. Kesesuaian tujuan
10. Keikutsertaan dan pemberdayaan karyawan

Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur *Total Quality Management* serta menggunakan indikator di atas.

3.4.2 Orientasi Pasar (Variabel Intervening)

Variabel intervening dimaknai sebagai suatu variabel yang memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen sehingga variabel independen tidak langsung memengaruhi perubahan variabel dependen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar.

Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memahami kekuatan dan kelemahan pesaing. Orientasi pasar mewakili jenis budaya perusahaan untuk memberikan perilaku responsif terhadap konsumen dalam meningkatkan nilai produk atau layanan (Khan, 2020). Orientasi pasar menjadi alat ukur aktivitas dari penerapan pemasaran suatu produk. Organisasi yang berorientasi terhadap pasar menyadari pentingnya komitmen secara terus menerus untuk berinovasi dalam menciptakan *value* bagi konsumen dan mencapai keunggulan bersaing. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Udriyah et al. (2019) dan Pramesti & Giantari (2016) yang berlandaskan pada pendapat Narver & Slater menyatakan terdapat tiga indikator untuk mengukur keberhasilan orientasi pasar sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan
2. Orientasi pesaing
3. Koordinasi antar peran

3.4.3 Kinerja UMKM (Variabel Dependen)

Variabel dependen dimaknai sebagai suatu variabel yang dipengaruhi atau timbul akibat variabel independen sehingga menghasilkan output untuk memecahkan masalah penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja UMKM.

Kinerja UMKM dimaknai sebagai gambaran mengenai pencapaian target atau hasil yang telah diterima oleh pelaku UMKM. 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. Dalam penerapannya, sektor UMKM harus memperhatikan kinerja untuk mencapai tujuan bisnis. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Respatiningsih (2019) dan Kurniawati & Meilianaintani (2016) yang berlandaskan pada pendapat Kaplan & Norton menyatakan terdapat empat indikator untuk mengukur keberhasilan kinerja UMKM sebagai berikut:

1. Perspektif keuangan
2. Perspektif konsumen
3. Perspektif proses bisnis internal
4. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Pengukuran kinerja UMKM merupakan bentuk yang direncanakan untuk mencapai hasil yang maksimal. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur kinerja UMKM serta menggunakan indikator di atas.

Tabel III. 1 Indikator Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	<i>Total Quality Management</i> Sumber: (Goetsch & Davis, 2016; Rismawanti, 2016)	TQM yang dimaknai sebagai sistem strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas dalam layanan perusahaan sehingga terciptanya utilitas bagi pelanggan.	Indikator Goetsch & Davis (2016), Widjaya & Suryawan, (2014), Al-Shdaifat, (2015), dan Segara & Sudiarta, (2019): 1) Fokus terhadap konsumen 2) Obsesi terhadap kualitas 3) Pendekatan ilmiah 4) Komitmen jangka panjang 5) Adanya kerja sama tim 6) Peningkatan proses berkelanjutan 7) Adanya pendidikan dan pelatihan kerja 8) Kebebasan yang terkendali 9) Kesesuaian tujuan	1) Tingkat perhatian perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. 2) Pihak perusahaan memberikan pelayanan dan informasi kepada konsumen. 3) Keinginan yang tinggi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. 4) Pihak perusahaan menerapkan manajemen kualitas dalam mencapai tujuan bisnis. 5) Pihak perusahaan menentukan solusi yang tepat dalam permasalahan operasional.	TQM1 TQM2 TQM3 TQM4 TQM5 TQM6

			<p>10) Keikutsertaan dan pemberdayaan karyawan</p>	<p>6) Pihak manajemen mampu mendesain pekerjaan sesuai target usaha.</p> <p>7) Pihak perusahaan menerapkan praktek terbaik dalam menjalankan bisnis.</p> <p>8) Pihak manajemen selalu ikut serta dalam mencapai tujuan perusahaan secara jangka panjang.</p> <p>9) Terjalannya hubungan yang baik antara pemilik dengan karyawan</p> <p>10) Adanya kerjasama tim mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja.</p> <p>11) Adanya pengakuan kualitas dari konsumen.</p>	<p>TQM7</p> <p>TQM8</p> <p>TQM9</p> <p>TQM10</p> <p>TQM11</p> <p>TQM12</p>
--	--	--	--	---	--

				<p>12) Perusahaan berusaha memperbaiki sistem yang ada secara berkelanjutan.</p> <p>13) Pihak perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan.</p> <p>14) Karyawan diikutsertakan dalam pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kerja.</p> <p>15) Pihak manajemen diberikan kewenangan untuk mengambil keputusan.</p> <p>16) Adanya kebebasan berpendapat yang diberikan kepada karyawan.</p> <p>17) Karyawan memahami tujuan operasi perusahaan.</p>	<p>TQM13</p> <p>TQM14</p> <p>TQM15</p> <p>TQM16</p> <p>TQM17</p> <p>TQM18</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>18) Semua komponen di perusahaan ini mempunyai satu tujuan yang sama.</p> <p>19) Pihak manajemen melibatkan karyawan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk.</p> <p>20) Timbulnya kepercayaan antara pihak manajemen dan karyawan dalam memecahkan masalah bersama.</p>	<p>TQM19</p> <p>TQM20</p>
2.	<p>Orientasi Pasar</p> <p>Sumber: (Pramesti & Giantari, 2016; Udriyah et al., 2019)</p>	<p>Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memahami</p>	<p>Indikator Pramesti & Giantari (2016) dan Udriyah et al. (2019):</p> <p>1) Orientasi pelanggan 2) Orientasi pesaing 3) Koordinasi antar peran</p>	<p>1) Perusahaan mempunyai tujuan utama untuk memuaskan konsumen.</p> <p>2) Perusahaan menghasilkan produk sesuai kebutuhan konsumen.</p> <p>3) Perusahaan menerima pendapat konsumen yang</p>	<p>OP1</p> <p>OP2</p> <p>OP3</p>

		kekuatan dan kelemahan pesaing.		<p>dijadikan sebagai perbaikan kualitas produk.</p> <p>4) Perusahaan memahami keunggulan dan kelemahan pesaing.</p> <p>5) Pihak manajemen berdiskusi mengenai strategi pesaing</p> <p>6) Pihak manajemen merespon dengan cepat perilaku pesaing yang berkaitan dengan strategi penetapan harga mereka</p> <p>7) Semua karyawan berkontribusi dalam menciptakan nilai konsumen.</p> <p>8) Semua divisi memiliki strategi yang terintegrasi sehingga informasi disampaikan dengan baik dalam melayani konsumen.</p>	<p>OP4</p> <p>OP5</p> <p>OP6</p> <p>OP7</p> <p>OP8</p>
--	--	---------------------------------	--	---	--

				9) Semua komponen dalam perusahaan ini responsif dalam melayani permintaan konsumen	OP9
3.	<p>Kinerja UMKM:</p> <p>Sumber: (Pramesti & Giantari, 2016; Ranasinghe et al., 2018)</p>	<p>Kinerja UMKM dimaknai sebagai gambaran mengenai pencapaian target atau hasil yang telah diterima oleh pelaku UMKM.</p>	<p>Indikator Respatiningsih (2019) dan Kurniawati & Meilianaintani, (2016):</p> <p>1) Perspektif keuangan 2) Perspektif konsumen 3) Perspektif proses bisnis internal 4) Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan</p>	<p>1) Perusahaan mengalami peningkatan penjualan. 2) Perusahaan mengalami peningkatan laba usaha. 3) Adanya peningkatan jumlah konsumen. 4) Tidak pernah adanya keluhan serius dari konsumen. 5) Perusahaan selalu berinovasi dalam bisnis. 6) Perusahaan mengutamakan waktu dan kualitas pelayanan. 7) Adanya keterlibatan karyawan dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis.</p>	<p>KU1 KU2 KU3 KU4 KU5 KU6 KU7</p>

				8) Adanya bonus atau <i>reward</i> kepada karyawan yang memiliki kinerja baik.	KU8
--	--	--	--	--	-----

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data penelitian diperlukan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah survei ke lapangan melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner akan memuat masalah-masalah terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti dan sesuai dengan indikator pada instrumen penelitian. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden melalui *google forms* untuk diisi dan kemudian akan diambil oleh peneliti untuk dijadikan sumber data primer pada penelitian ini. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan TQM pada UMKM yang dijalankan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dengan jawaban yang telah dibatasi oleh peneliti. Kuesioner dalam penelitian ini dibagi dua bagian. Bagian pertama memuat biodata yang harus diisi oleh peneliti sedangkan bagian kedua memuat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur setiap indikator pada masing-masing variabel. Skala likert yang digunakan adalah skala lima poin (1 – 5). Adapun tingkatan-tingkatan poin dalam skala tersebut dijabarkan sebagai berikut:

Tabel III. 2 Skala Likert lima poin (1 – 5)

Skor	Indikator
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono , 2013

3.6 Teknik Analisis Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Ketersediaan responden dalam menjawab setiap pertanyaan bermanfaat bagi peneliti dalam menyusun penelitian ini. Kuesioner yang digunakan peneliti merupakan indikator berdasarkan penelitian terdahulu yang telah teruji, kemudian peneliti modifikasi pada pertanyaan-pertanyaan dengan menyesuaikan variabel-variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik inferensial. Statistik inferensial dimaknai sebagai teknik statistik yang dipakai untuk menganalisis data sampel yang kemudian outputnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2013). Analisis statistik inferensial pada penelitian ini diukur dengan menggunakan PLS-SEM pada *software SmartPLS 3.0*. Menurut Chin dalam (Wong, 2019), PLS-SEM dimaknai sebagai teknik analisis data multivariat yang sering digunakan untuk riset dan dapat menguji hubungan linear dan aditif yang didukung secara teoritis. PLS-SEM dipilih oleh peneliti karena tidak memerlukan banyak asumsi dan dapat menguji jumlah sampel yang relatif kecil (Hair et al., 2016). Menurut Chin dalam (Zuhdi et al., 2016) menyatakan bahwa minimal ukuran sampel yang digunakan PLS-SEM berkisar 30-100 sampel.

Model SEM merupakan metode statistik yang dipakai untuk membentuk dan menguji model statistik yang biasanya dalam menciptakan pola-pola sebab akibat. SEM sebenarnya merupakan model hibrida yang meliputi perspektif penegasan (*confirmatory*) dari beberapa analisis, seperti analisis jalur, analisis faktor dan regresi yang dapat diduga sebagai masalah khusus dalam SEM. Pada SEM variabel yang mempengaruhi disebut variabel eksogen sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel endogen. Dalam PLS-SEM terdapat dua evaluasi, yaitu *evaluation of measurement model* dan *evaluation of structural model*. *Evaluation of measurement model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas sedangkan *evaluation of structural model* untuk menguji kausalitas. Ukuran kecocokan di PLS-SEM umumnya berbasis varian dan fokus pada

perbedaan antara yang diamati (dalam konteks variabel manifes) atau perkiraan (dalam konteks variabel laten) nilai variabel dependen dan nilai diprediksi oleh model yang dimaksud (Hair et al., 2016).

1. *Evaluation of measurement model (Outer Model)*

Outer model dimaknai sebagai model pengukuran untuk melihat setiap indikator yang memiliki hubungan dengan variabel lainnya. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Menurut Hair et al. (2016) menyatakan bahwa uji yang dilakukan pada *outer model* sebagai berikut:

1. *Convergent validity*

Convergent validity merupakan suatu ukuran yang berkorelasi secara positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. Untuk mengevaluasi *convergent validity*, peneliti mempertimbangkan nilai *outer loadings* dan Average Variance Extracted (AVE). nilai *outer loading* dikatakan valid apabila $\geq 0,7$. Selain itu *convergent validity* akan diterima apabila nilai AVE $> 0,5$.

2. *Discriminant validity*

Discriminant validity merupakan suatu konstruk yang dinilai berbeda dengan konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Maka dari itu, untuk menetapkan *discriminant validity* harus menunjukkan suatu konstruk yang unik dan mampu mengambil kejadian yang tidak direpresentasikan oleh konstraknya dalam suatu model. Untuk mengevaluasi *discriminant validity* peneliti mempertimbangkan faktor *cross-loadings* dan *fornell-larcker criterion*. *Cross-loadings* merupakan suatu ukuran yang menunjukkan nilai *outer loadings* indikator pada konstruk yang terkait harus lebih besar daripada nilai *cross-loading* pada konstruk lainnya. Kemudian, *fornell-larcker criterion* suatu ukuran yang membandingkan *square root* dari nilai AVE dengan hubungan variabel laten. Dengan demikian, nilai *square root* dari setiap

konstruk AVE harus lebih besar dari nilai korelasinya dengan konstruk lainnya.

3. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi dan ketepatan dalam mengukur semua konstruk. Nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dikatakan reliabel apabila $> 0,7$.

2. *Evaluation of structural model (Inner Model)*

Inner model dimaknai sebagai model yang menguji kausalitas di antara konstruk variabel. Menurut Hair et al. (2016) menyatakan bahwa uji yang dilakukan pada *inner model* sebagai berikut:

1. R^2

R^2 merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *inner model* adalah koefisien determinasi (R^2). R^2 merupakan model *predictive power* yang dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan prediksi konstruk pada endogen tertentu. R^2 mewakili efek gabungan variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Dengan demikian, R^2 mewakili jumlah varians dalam konstruk endogen yang dijelaskan oleh semua konstruk eksogen yang terkait dengannya. Nilai *R square* diantaranya 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).

2. *Path Coefficients*

Path coefficients merupakan model untuk melihat arah hubungan hipotesis. *Path coefficients* memiliki nilai standar -1 sampai +1 (nilai tersebut bisa lebih kecil atau lebih besar tetapi umumnya berada di antara batas-batas tersebut). *Path coefficients* yang memiliki nilai semakin mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat begitupun sebaliknya untuk nilai yang negatif.

c. *T-Statistics*

T-Statistics dalam uji *inner model* berguna untuk menguji signifikansi pada hipotesis. Apabila menggunakan taraf alpha 5%, maka nilai kritis pada *T-Statistics* adalah 1,96. Artinya, apabila

nilai yang di peroleh berada di rentang $-1,96 < T\text{-Statistics} < 1,96$ maka hipotesis tersebut tidak signifikan. Begitupun sebaliknya, apabila nilai $T\text{-Statistics} < -1,96$ atau $> 1,96$ maka hipotesis tersebut signifikan.