

The Effect Of *Total Quality Management* (TQM) and Product Innovation Toward Competitive Advantages

Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Seftya Dwi Shinta ¹⁾; Levy Oktridarti ²⁾; M. Imron Rosyadi ³⁾

¹⁾ *Study Program of Management Faculty of Economic, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu*

²⁾ *Study Program of Development Economic, Faculty of Social Sciences and Economic, Universitas Ratu Samban*

³⁾ *Study Program of Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Economic, Universitas Ratu Samban*

Email: ¹⁾ Seftyashinta01.ss@gmail.com ; ²⁾ levyoktri@gmail.com ; ³⁾ rosyadi2018@gmail.com

How to Cite :

Shinta, D, S. Oktridarti, L., Rosyadi, I,M. (2024). The Effect Of Total Quality Management (TQM) and Product Innovation Toward Competitive Advantages. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v5i1>

ARTICLE HISTORY

Received [02 Desember 2023]

Revised [09 Januari 2024]

Accepted [15 Januari 2024]

KEYWORDS

*Total Quality Management (TQM)
Product Innovation
Competitive Advantages*

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberi buki empiris Pengaruh Total Quality Management (TQM) Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu. Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer yang diperoleh melalui penebaran koesioner, yang diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 37 UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas di kota Bengkulu yang telah membuka usaha dan beroperasi minimal 5 tahun. Teknik analisa menggunakan bantuan program SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Total Quality Management (TQM) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence of the Effect of Total Quality Management (TQM) and Product Innovation on Competitive Advantage in the of SMEs food products and crafts typical city of Bengkulu. The data used in this study are primary data, obtained by distributing questionnaires. The sample in this study was 37 SMEs food products and crafts typical city of Bengkulu who had opened and had been operating for at least 5 years. The analysis technique uses the assistance of the SmartPLS 3.0 program. The results showed that Total Quality Management (TQM) contributes to Competitive Advantage and Product Innovation does not conflict with Competitive Advantage.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor industri kreatif yang berpotensi dalam memberikan kontribusi dan solusi pada persoalan-persoalan lingkungan, sosial dan ekonomi bangsa (Devina, 2010). Salah satu tantangan yang dihadapi UKM adalah daya saing yang rendah di pasar nasional dan internasional. Faktor yang menyebabkan rendahnya daya saing antara lain jumlah perajin produk khas semakin berkurang, kurangnya inovasi produk dan sarana pemasaran yang hanya berorientasi lokal, keterampilan, dan ketersediaan tenaga kerja serta prasarana produksi modern kurang memadai dan biaya produksi dan tenaga kerja cenderung lebih tinggi.

Keunggulan bersaing merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu UKM dalam mempertahankan kelangsungan agar mampu bersaing maka dapat didukung dengan mengimplementasikan Total Quality Management. Total Quality Management merupakan pendekatan terpadu untuk mendapatkan dan mempertahankan output yang berkualitas tinggi, fokus terhadap pemeliharaan, perbaikan yang berkelanjutan dan pencegahan kegagalan di semua level dan fungsi per usaha, dalam rangka memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Konsep Total Quality Management (TQM) di samping sebagai filosofi dan prinsip-prinsip manajemen, juga merupakan seperangkat strategi dan praktik yang dapat digunakan dalam meningkatkan daya saing melalui pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Gasperzs (2005), menyatakan bahwa Total Quality Management (TQM) dan kualitas produk juga menjadi salah satu elemen yang penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing (competition). Agar UKM mampu bersaing dalam lingkungan global, diperlukan strategi yang tepat agar tujuan UKM dapat tercapai, salah satunya dengan terus-menerus melakukan Inovasi produk, pengembangan, perbaikan maupun penemuan-penemuan baru untuk mencapai keunggulan bersaing. UKM lebih menitik beratkan pada Inovasi produk, maka pada masa yang akan datang UKM perlu juga memperhatikan tipe Inovasi produk, karena pengembangan teknologi yang digunakan maupun metode-metode kerja baru yang lebih efisien akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Adelina at al., 2016). Inovasi produk dan pengembangan produk atau merupakan salah satu prasyarat kunci strategik, karena perusahaan harus mampu meningkatkan teknologi, pengetahuan, eksploitasi kapasitas dan meraih pasar (Wahyono, 2002). Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Total Quality Management (TQM) dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu.

LANDASAN TEORI

Keunggulan Bersaingan

Porter (1994) keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing. namun, sesudah dasawarsa perluasan dan kemakmuran yang hebat, banyak perusahaan kehilangan pandangan akan keunggulan bersaing dalam perjuangan untuk berkembang dan mengejar diversifikasi. Pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai perusahaan mampu mencaikan untuk pembelinya. Grand (1995) menyatakan definisi keunggulan bersaing bahwa ketika dua perusahaan bersaing (pada pasar dan pelanggan yang sama), satu perusahaan memiliki keunggulan bersaing atas perusahaan lainnya terjadi ketika perusahaan tersebut i mendapatkan laba lebih tinggi.

Powell (1995) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain.

Total Quality Management

Total Quality Management (TQM) merupakan konsep perbaikan yang dilaksanakan secara terus-menerus, yang melibatkan seluruh elemen dan karyawan pada setiap tingkatan organisasi dalam rangka untuk mencapai kualitas yang terbaik pada seluruh aspek organisasi melalui proses manajemen. Supratiningrum (2003) mengemukakan bahwa TQM merupakan suatu prinsip dasar bagi suatu organisasi yang ingin secara terus menerus melakukan perbaikan dan penyempurnaan dalam operasi pelayanan kepada konsumen untuk usaha jasa. Besterfield (2003) mendefinisikan bahwa TQM adalah kerja sama yang saling menguntungkan dari semua orang dalam organisasi dan dikaitkan dengan proses bisnis untuk menghasilkan nilai produk dan pelayanan yang melampaui kebutuhan dan harapan konsumen.

Inovasi Produk

Inovasi adalah salah satu aspek penentu terhadap kinerja perusahaan, dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat.. Perusahaan harus melihat inovasi sebagai ide baru yang dapat

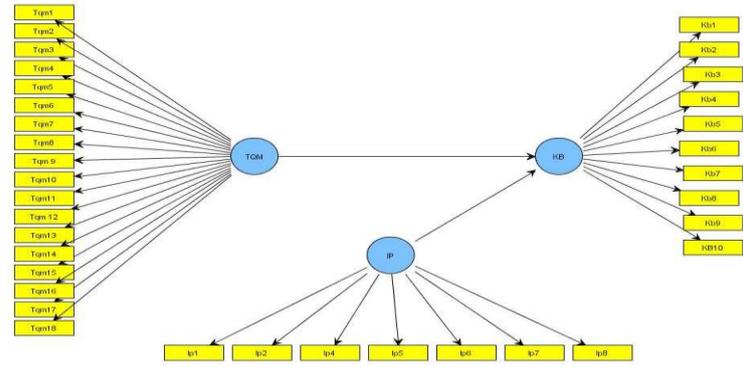
menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Adelina ,et.al, 2016). Inovasi pemasaran juga merupakan cara-cara pemasaran yang baik dalam cara-cara berkomunikasi dengan customer melakukan edukasi, mengatur pengiriman jasa maupun cara pembayarannya. Hal ini akan memberikan nilai lebih dari suatu perusahaan (Adelina ,et.al, 2016).. Dalam organisasi perusahaan inovasi dalam dua bentuk yaitu: Inovasi produk, yang menghasilkan jasa atau jasa baru atau perbaikan dari yang telah ada dan Inovasi, yang menghasilkan cara baru dalam mengerjakan sesuatu (Adelina, 2016). Inovasi ialah mengubah ide-ide kreatif menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Inovasi merupakan kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang baru dan kadang di luar kebiasaan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). Abdillah dan Jogiyanto (2015) menyatakan PLS baik digunakan pada penelitian kuantitatif yang menggunakan model penelitian yang kompleks, yaitu model yang terdiri atas banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks) dan yang menggunakan efek mediasi atau moderasi. Partial Least Square (PLS) merupakan model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Ghazali (2014), menyatakan bahwa PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. Model analisis struktural yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut berikut:

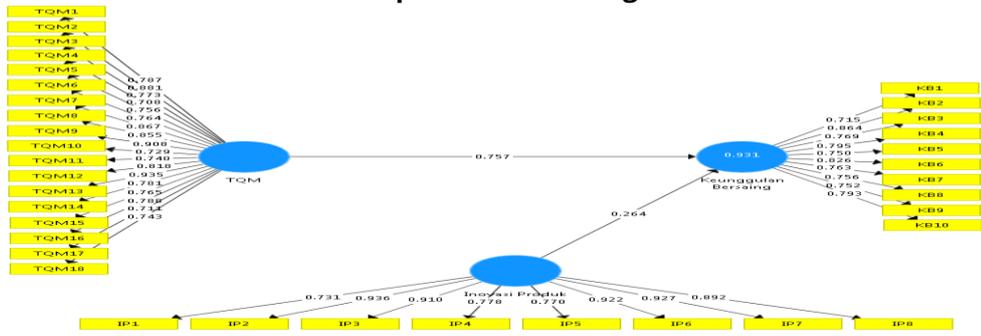
Gambar 1 Model Persamaan Struktural



HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural yang dianalisis dengan menggunakan program SmartPLS 3.0. Measurement model digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya. Evaluasi outer model dilakukan dengan menggunakan PLS Algorithm.

Gambar 2 Tampilan Hasil PLS Algorithm



Gambar 2 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki skor diatas 0,70 dan dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria convergent validity yang baik.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Ada dua prosedur atau metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan. Metode pertama yaitu membandingkan korelasi indikator suatu konstruk dengan korelasi indikator tersebut dengan konstruk lainnya dengan melihat nilai dari cross loading antara indikator dan konstruknya. Tabel 1 dibawah menunjukkan hasil output cross loading setiap indikator terhadap konstruknya dan konstruk lainnya.

Tabel 1 *Cross Loading* Setelah Tahap Penghapusan

Indikator	Inovasi Produk	Keunggulan Bersaing	TQM
IP1	0.73	0.43	0.34
IP2	0.94	0.63	0.54
IP3	0.91	0.55	0.54
IP4	0.77	0.52	0.75
IP5	0.76	0.48	0.58
IP6	0.93	0.57	0.51
IP7	0.93	0.59	0.52
IP8	0.89	0.60	0.59
KB10	0.62	0.81	0.63
KB3	0.50	0.86	0.70
KB6	0.50	0.84	0.70
KB7	0.57	0.87	0.55
KB8	0.50	0.83	0.67
TQM1	0.73	0.56	0.82
TQM12	0.77	0.56	0.86
TQM13	0.50	0.78	0.94
TQM14	0.54	0.76	0.81
TQM15	0.66	0.47	0.79
TQM16	0.75	0.56	0.81
TQM2	0.43	0.76	0.89
TQM7	0.49	0.67	0.88
TQM8	0.37	0.69	0.87
TQM9	0.45	0.76	0.93

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa cross loading untuk semua indikator yang mempunyai cross loading lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lain. Dengan demikian semua indicator dinyatakan valid.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity berikutnya dilakukan pengujian model struktural (inner model). Menilai inner model adalah melihat hubungan antara konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2008). Berikut adalah nilai R-square pada konstruk.

Tabel 2 R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjustued
Keunggulan Bersaing	0,64	0,62

Sumber: data primer diolah, 2024

Konstruk keunggulan bersaing memberikan nilai R-square adjustued sebesar 62% yang dapat diartikan bahwa variabilitas konstruk keunggulan bersaing yang dapat dijelaskan oleh

variabilitas konstruk total quality management dan inovasi produk yang dipresepsikan sebesar 62% sedangkan 38% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output Path Coefficient berikut ini

Tabel 2 Path Coefficient (Mean, STDEV, t-Values)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	T-Tabel	P Value
TQM > KB	0,63	0,66	0,19	3,23	1,69	0.00
IP > KB	0,24	0,22	0,20	1,19	1,69	0.23

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian Hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dimana dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Nilai Original Sampel TQM terhadap Keunggulan bersaing adalah positif dengan P-Value 0,00(< 0,05). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif, hal ini juga di buktikan dengan nilai T-Statistik sebesar 7,06 dengan nilai yang lebih besar dari nilai T-Tabel sebesar 1,69. Dari Hasil pengujian dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima.

Hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dimana dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Nilai Original Sampel Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing adalah positif dengan P-Value 0,23(> 0,05). Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh positif, hal ini juga di buktikan dengan nilai T-Statistik sebesar 1,19 dengan nilai yang lebih kecil dari nilai T-Tabel sebesar 1,69. Dari Hasil pengujian dapat disimpulkan hipotesis kedua ditolak.

Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa TQM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu ,hasil ini menunjukkan bahwa penerapan TQM dengan baik memungkinkan semua sumber daya perusahaan digunakan dengan efektif untuk mencapai keunggulan beraing yang diinginkan dan juga selain itu perusahaan menawarkan harga yang kompetitif serta menawarkan produk yang mempunyai mutu sesuai dengan keinginan pelanggan berkualitas yang terbaik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Munizu, et al.,(2011), Callystha Prayhoego dan Devie (2013), dan Firman (2016) membuktikan bahwa TQM berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Semakin besar TQM maka semakin besar tingkat keunggulan bersaingnya.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu, maka penelitian ini tidak membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Dapat diartikan bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini menganggap bahwa inovasi produk dalam mengembangkan UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu tidak sesuai dengan harapan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagas (2006) tentang Pengaruh Kreativitas dan Peranan Sistem Informasi Terhadap Inovasi, Kinerja Pemasaran, dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Perusahaan Farmasi di Provinsi Jawa Timur menyatakan bahwa inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing karena hubungan kausal antara inovasi dengan keunggulan bersaing bersifat kompleks dan masih terbuka peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Wahyudin (2015) tentang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Variabel *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu, artinya semakin baik penerapan *Total Quality Management* oleh UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu maka keunggulan bersaing usaha Konveksi dan Percetakan tersebut juga akan meningkat. Variabel inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu, artinya inovasi produk yang dilakukan oleh UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Kota Bengkulu tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Saran

Untuk pemilik UKM Produk Makanan dan Kerajinan Khas Bengkulu diharapkan dapat meningkatkan penerapan *Total Quality Management* karena terbukti dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Serta dapat memilih inovasi produk yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto, (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Adelina Agnes Lopian, James Massie, Imelda Ogi. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada. BPR Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA*, Vol 4, No.1, Maret. Hal. 1330-1339. ISSN : 2303-1174
- Bagas Putu, 2006. Pengaruh Kreativitas dan Peranan Sistem Informasi terhadap Inovasi, Kinerja, Pemasaran, Dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Perusahaan Farmasi di Provinsi Jawa Timur. Disertasi.
- Besterfield, Dale H, (2003), *Total Quality Management*, 3rd ed., New Jersey: Prentice Hall
- Devina, R, 2010. Analisis Strategi Positioning "Ethnic Batik" Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus: CV. Erfas Jaya-Ethnic Batik). Tesis Tidak Dipublikasikan. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Gaspersz, Vincent., (2001). *Total Quality Management*. Jakarta: . Gramedia Pustaka Utama. Efendy.
- Ghozali, Imam., (2014). Aplikasi Analisis Multivariate. Cetakan keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Grant, Robert M. 1995. Analisis Startegi Kewirausahaam Konsep, Teknik dan Aplikasi. Jakarta: Erlangga.
- Jayaningrum, Erni., (2018). Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan orientasi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi kuliner pada Kafe kota malang). Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang
- Munizu, Musran.,(2010). Praktik Total Quality Management dan Pengaruh Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada . Telkom Tbk. Cabang Makassar). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* . Vol.12, No.2,Hal.185194 (JMK-2010-12-2).
- Porter, Michael E., (1993). Keunggulan Bersaing – Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul.Erlangga, Jakarta.
- Powell, T.C., (1995). *Total quality management as competitive advantage: A review and empirical study*. *Strategic Management Study*, 16(11), 15-37
- Wahyono, (2002).Orientasi Pasar dan Inovasi, Pengaruhnya terhadap Kinerja. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, hal 23 – 40.
- Wahyudin. Nanang. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Pada Sekolah Tinggi Dan Akademi Di Semarang. *Holistic Journal of Management Research* Vol. 3, No. 2, Agustus 2015.