



Pengaruh TQM terhadap Kinerja UMKM Melalui Orientasi Pasar sebagai Variabel Intervening

Arbi Sukma Jaya^{1*}, Unggul Purwohed², Diah Armeliza³

¹²³Universitas Negeri Jakarta

*Corresponding Author (arbisukma23@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja UMKM, menguji dan menganalisis pengaruh TQM terhadap orientasi pasar, menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM, serta menguji dan menganalisis pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM melalui orientasi pasar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* melalui *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu melalui kuesioner yang dikumpulkan dari 30 pemilik UMKM di Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik inferensial yang diukur dengan menggunakan PLS-SEM pada perangkat lunak *SmartPLS 3.0*. Penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut: (a) TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM; (b) TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar; (c) Orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM; dan (d) Orientasi pasar tidak memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM

Kata Kunci: *Total Quality Management* (TQM), Orientasi Pasar, Kinerja UMKM

ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze the effect of Total Quality Management (TQM) on MSMEs performance, test and analyze the effect of TQM on market orientation, test and analyze the effect of market orientation on MSMEs performance, and test and analyze the effect of TQM on MSMEs performance through market orientation. The sampling technique in this study used non-probability sampling through purposive sampling. This study uses primary data sources, namely through questionnaires collected from 30 MSMEs owners in Cengkareng District, West Jakarta. The data analysis technique used in this study is inferential statistical analysis measured using PLS-SEM on SmartPLS 3.0 software. This study obtained the following results: (a) TQM has a significant positive effect on the performance of MSMEs; (b) TQM has a significant positive effect on market orientation; (c) Market orientation has a significant positive effect on the performance of MSMEs; and (d) Market orientation does not mediate the relationship of TQM to MSMEs performance.

Keywords: *Total Quality Management (TQM), Market Orientation, and MSMEs Performance.*

How to Cite:

Jaya, A. S., Purwohed, U., Armeliza, D., (2021). Pengaruh TQM terhadap Kinerja UMKM Melalui Orientasi Pasar sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing*, Vol. 2, No. 2, hal 215-241. <https://doi.org/xx.xxxx/JAPA/xxxxx>.

PENDAHULUAN

Revolusi Industri saat ini mengakibatkan setiap perusahaan dihadapkan pada perubahan kondisi bisnis yang semakin masif dan kompetitif (Sil et al., 2018). Fenomena tersebut mengakibatkan persaingan bisnis antar perusahaan semakin meningkat. 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 Indonesia 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. Namun sampai 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).

Di era penuh persaingan saat ini, 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).

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). 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.

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 latar belakang penelitian, 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.

TINJAUAN TEORI

Teori Resource Based View

Secara umum, perusahaan yang mampu mengendalikan sumber daya dengan baik akan memberikan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Sumber daya yang efektif akan menghasilkan output sesuai kondisi pasar. Salah satu teori yang populer dalam menekankan sumber daya adalah *Resource Based View* (RBV). Teori RBV mempunyai pola perilaku yang mempertimbangkan faktor-faktor organisasi dalam mengembangkan produk, fleksibilitas, dan efisiensi biaya sehingga tercapainya kesuksesan organisasi. Teori RBV dipopulerkan oleh Birger Wernerfelt. Wernerfelt (1984) dalam penelitian Hilman et al. (2019) menyatakan bahwa perusahaan yang menekankan sumber daya akan meningkatkan kinerja dan mencapai keunggulan bersaing sehingga terwujudnya kesuksesan bisnis. Bagi perusahaan sumber daya merupakan elemen penting dalam menemukan aktivitas pasar produk yang optimal (Wernerfelt, 1984).

Teori RBV menyimpulkan bahwa perusahaan yang menggunakan sumber daya potensial dan menghasilkan kapabilitas yang berharga akan mencapai kesuksesan bisnis (Wernerfelt, 1984). Teori RBV mengungkapkan bahwa TQM menjadi elemen penting yang berkontribusi dalam meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kinerja perusahaan (Asad et al., 2020). Menurut Gupta et al. (2018) Berdasarkan pandangan RBV, kapabilitas strategis meliputi TQM, orientasi wirausaha, orientasi pasar yang menjadi kunci sumber daya internal untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan keunggulan bersaing.

Balanced Scorecard Theory

Pendekatan *Balance Scorecard* (BSC) dipopulerkan oleh Kaplan dan Norton. BSC mampu memberikan para eksekutif dalam menyusun kerangka kerja yang komprehensif dan menerjemahkan strategi perusahaan ke dalam serangkaian ukuran kinerja yang saling berhubungan (Kaplan & Norton, 1996). BSC tidak hanya mengukur dalam kinerja jangka pendek dan jangka panjang tetapi dapat mengukur kinerja dari berbagai aspek. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devani & Setiawarnan (2015) bahwa BSC dimaknai sebagai suatu sistem pengukuran kinerja yang komprehensif dari berbagai aspek, baik itu dari aspek keuangan dan non keuangan, aspek internal dan eksternal, maupun aset yang berwujud dan tidak berwujud.

Menurut Nørreklit et al. (2018) bahwa BSC diperrkenalkan sebagai sistem pengukuran kinerja yang strategis. Pengukuran kinerja yang menyeluruh merupakan perumusan strategi kompetitif yang menghubungkan proses internal perusahaan dengan kekuatan kompetitif di lingkungannya. Oleh karena itu, setiap perumusan strategi perlu didasarkan pada identifikasi segmentasi pasar yang dibutuhkan oleh perusahaan. Selain itu, harus diikuti dengan identifikasi proses bisnis internal yang sangat penting untuk memberikan nilai kepada konsumen yang bersangkutan. Dalam mencapai tujuan untuk menerjemahkan visi dan strategi perusahaan, BSC mengukur empat aspek yang berbeda, yaitu perspektif keuangan, konsumen, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Total Quality Management

Sampai saat ini setiap perusahaan memfokuskan kualitas pada produk dan layanan. Salah satu konsep manajemen kualitas yang populer adalah *Total Quality Management* (TQM). TQM dimaknai sebagai pendekatan kualitas unggul dalam melakukan bisnis dan memaksimalkan daya saing perusahaan yang mengarah pada pengembangan produk dan layanan berkualitas tinggi serta peningkatan kualitas karyawan dan lingkungan secara berkelanjutan (Goetsch & Davis, 2016).

Sejalan dengan pernyataan Goetsch & Davis (2016) penelitian yang dilakukan oleh Alghamdi (2018) menyimpulkan bahwa TQM dimaknai sebagai suatu pendekatan manajemen kualitas yang terintegrasi dan dapat diterapkan pada perusahaan publik dan swasta. TQM memfasilitasi budaya peningkatan berkelanjutan melalui organisasi yang sukses berusaha untuk memenuhi persepsi pelanggan tentang kualitas sehingga mampu meningkatkan nilai produk dan kepuasan konsumen serta kinerja organisasi. TQM sebagai filosofi manajemen untuk mengukur produktivitas dan kualitas suatu perusahaan seperti manajemen organisasi, kesesuaian tujuan, proses kerja dan lingkungannya (Efendi & Mandala, 2018). Dari beberapa penelitian di atas dapat disimpulkan mengenai pendekatan TQM yang dimaknai sebagai sistem strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas dalam layanan perusahaan sehingga terciptanya utilitas bagi pelanggan. Selain itu TQM juga memfokuskan manajemen kinerja dalam memastikan sasaran perusahaan untuk mencapai keunggulan produk dan jasa secara konsisten bagi konsumen.

Orientasi Pasar

Dalam meningkatkan persaingan global, setiap organisasi atau perusahaan harus berorientasi terhadap pasar sehingga terciptanya *value* bagi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Merakati et al. (2017) menyatakan bahwa meningkatnya persaingan global membuat orientasi pasar penting untuk mendukung kinerja perusahaan dalam menciptakan *value* produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. 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.

Orientasi pasar mewakili jenis budaya perusahaan untuk memberikan perilaku responsif terhadap konsumen dalam meningkatkan nilai produk atau layanan (Khan, 2020). Sejalan dengan

pernyataan Khan (2020), penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2019) menyatakan bahwa dalam menghasilkan nilai bagi konsumen diperlukannya budaya organisasi yang berorientasi pasar dalam menciptakan perilaku responsif kepada konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memahami kekuatan dan kelemahan pesaing. Orientasi Pasar dianggap cukup membantu di berbagai sektor organisasi untuk mengeksplorasi, tidak hanya permintaan yang teridentifikasi dengan baik tetapi juga untuk memahami persyaratan implisit dari semua pemangku kepentingan (Khan & Bashir, 2020).

Kinerja UMKM

Kinerja perusahaan dijadikan sebagai hasil dari aktivitas manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan dimaknai sebagai konstruksi multidimensi yang mengevaluasi posisi perusahaan terkait dengan standar internal atau eksternal untuk mencapai efektivitas perusahaan (Alghamdi, 2018). Kinerja perusahaan dimaknai sebagai efektivitas perusahaan yang dapat dicapai dalam meningkatkan kemampuan perusahaan dan terciptanya keberhasilan suatu perusahaan. Adanya keterkaitan antara sistem pengendalian manajemen perusahaan dengan kinerja perusahaan untuk mencapai tujuan (Muzaki, 2019). Perbandingan antara output yang diharapkan oleh perusahaan dengan output yang dihasilkan perusahaan disebut kinerja perusahaan (Jahanshahi et al., 2012).

Kinerja perusahaan dianggap sebagai pilihan yang tepat untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas bisnis dalam periode tertentu (Afrifa & Padachi, 2016). Hingga saat ini semakin banyak perusahaan besar, menengah, bahkan kecil yang intens dalam memantau perkembangan kinerja perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh Raimondo (2016) yang menyatakan kinerja perusahaan digambarkan sebagai keberhasilan UMKM di suatu negara yang diakui sebagai kriteria terbaik dalam mengevaluasi efisiensi dan efektivitas UMKM pada periode tertentu. UMKM dinilai mampu menjadi alat untuk mewujudkan perekonomian yang ideal. Dalam penerapannya, sektor UMKM harus memperhatikan kinerja untuk mencapai tujuan bisnis. UMKM biasanya mengukur kinerja bisnis dalam perspektif ekonomi. Meskipun demikian, kinerja tersebut dapat diukur dengan perspektif keuangan, perspektif konsumen, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Kaplan & Norton, 1996 dalam Kurniawati & Meilianaintani, 2016).

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual

TQM terhadap Kinerja UMKM

TQM merupakan alat untuk membentuk strategi UMKM yang unggul melalui tindakan responsif kewirausahaan. 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). Sejumlah faktor TQM dapat meningkatkan kinerja organisasi UMKM di antaranya kualitas produk dan layanan, keterlibatan karyawan, penekanan klien, dan kualitas teknik (Chienwattanasook & Jermstittiparsert, 2019). Selain itu Pambreni et al. (2019) menyatakan faktor-faktor TQM yang dapat meningkatkan kinerja organisasi UMKM, di antaranya fokus terhadap pelanggan, berbasis strategis, keterlibatan karyawan, dan perbaikan secara berkelanjutan. Perusahaan yang menggunakan model TQM akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kinerja (Khoviani & Izzaty, 2020). Metode yang tepat untuk menekankan kualitas produk dan layanan pada Usaha Besar dan UMKM adalah menggunakan pendekatan TQM (Hilman et al., 2019). Dapat disimpulkan, semakin efektif TQM dijalankan maka semakin meningkat kinerja UMKM (Minci, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM menunjukkan hasil positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sahoo & Yadav (2017) menunjukkan hasil yang signifikan dan positif antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian lainnya Chienwattanasook & Jermstiparsert (2019); Khoviani & Izzaty (2020); Pambreni et al. (2019); Hilman et al. (2019); dan Minci (2018) menunjukkan hasil yang serupa yaitu positif dan signifikan antara pengaruh TQM terhadap Kinerja organisasi UMKM. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

TQM terhadap Orientasi Pasar

TQM menawarkan pendekatan yang sistematis untuk mengembangkan lingkungan kerja, mengadopsi orientasi pasar, yang selanjutnya meningkatkan kinerja (Bazazo et al., 2017). TQM memungkinkan implementasi orientasi pasar yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Pattanayak et al., 2017). Bhaskar (2020) juga menyatakan bahwa praktik TQM yang direncanakan dan diimplementasikan secara baik akan mengakibatkan analisis pasar yang mampu mengidentifikasi kebutuhan yang sesuai harapan konsumen sehingga perusahaan yang berorientasi pasar akan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efisien dan mampu mempertahankan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh TQM terhadap orientasi pasar menunjukkan hasil positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Bhaskar (2020) menunjukkan hasil yang signifikan dan positif antara pengaruh TQM terhadap orientasi pasar. Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian lainnya Bazazo et al. (2017) dan Pattanayak et al. (2017) menunjukkan hasil yang serupa yaitu positif dan signifikan antara pengaruh TQM terhadap orientasi pasar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar.

Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM

Orientasi pasar yang unggul mampu meningkatkan kinerja UMKM. Hal tersebut diperkuat oleh Pramesti & Giantari (2016) menyatakan bahwa kinerja UMKM akan meningkat apabila penerapan orientasi pasar dapat berjalan efektif. Orientasi pasar membantu bisnis perhotelan dalam menawarkan produk atau layanan yang berkualitas tinggi dan sesuai harapan konsumen (Bazazo et al., 2017). Selain itu, Bazazo et al. (2017) juga menyatakan orientasi pasar dapat memperkuat strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan meningkatkan kinerja bisnis perhotelan. Perusahaan yang berorientasi pasar secara efektif akan mencapai kinerja perusahaan yang maksimum dan mencapai keunggulan bersaing di pasar (Bhaskar, 2020). Orientasi pasar sangat memengaruhi pelaku usaha dalam memasarkan produk atau layanan yang sesuai dengan harapan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Zulkarnain & Mukarramah, 2019). Dapat disimpulkan, semakin efektif orientasi pasar dijalankan UMKM maka akan meningkatkan kinerja bisnis (Afiyati; et al., 2019).

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja organisasi UMKM menunjukkan hasil positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Bazazo et al. (2017) menunjukkan hasil yang signifikan dan positif antara pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja organisasi UMKM. Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian lainnya Bhaskar (2020); Pramesti & Giantari (2016); Zulkarnain & Mukarramah (2019); dan Afiyati; et al. (2019) menunjukkan hasil yang serupa yaitu positif dan signifikan antara pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja organisasi UMKM. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

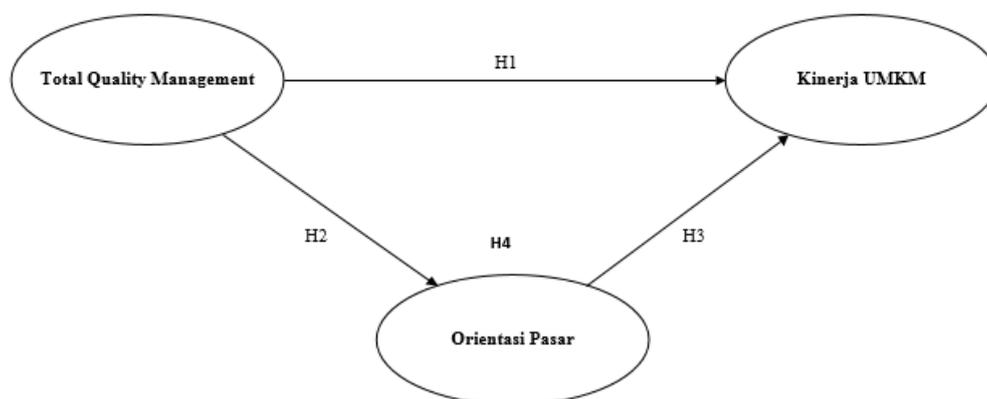
Orientasi Pasar Memediasi Hubungan TQM dan Kinerja UMKM

Mengadopsi TQM dan orientasi pasar sebagai strategi bisnis sangat penting terutama karena faktor eksternal yang menantang kemampuan perusahaan untuk memahami aktivitas pesaing, berupaya dalam meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan memenuhi kepuasan konsumen (Wang et al., 2012). TQM dan orientasi pasar sebagai strategi pemasaran yang inovatif untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan mencapai keunggulan bersaing (Bhaskar, 2020). Bhaskar (2020) juga menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki peran mediasi dalam membangun hubungan TQM dan orientasi pasar sehingga mampu menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai kinerja bisnis yang berkelanjutan.

Masih sedikit penelitian terdahulu yang menguji pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM yang dimediasi oleh orientasi pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Bhaskar (2020) menunjukkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi yang dimediasi oleh orientasi pasar. Hasil penelitian tersebut serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2012) menunjukkan hasil yang sama yaitu signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja hotel yang dimediasi oleh orientasi pasar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H2: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar.

H3: Orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H4: Orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM.

METODE

Peneliti menggunakan studi kausal komparatif dalam penelitian ini. 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 yang digunakan pada penelitian ini adalah survei ke lapangan melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden melalui *google forms* untuk diisi. Peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan TQM. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik inferensial. Analisis statistik inferensial pada penelitian ini diukur dengan menggunakan PLS-SEM pada *software SmartPLS 3.0*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kecamatan Cengkareng sebanyak 5.967 berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah DKI Jakarta tahun 2021. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* melalui *purposive sampling*. 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.

Di bawah ini merupakan penjabaran dari pengembangan instrumen adalah sebagai berikut:

Total Quality Management (Variabel Independen)

TQM dimaknai sebagai sistem strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan efektivitas dalam layanan perusahaan sehingga terciptanya utilitas bagi pelanggan. 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

Orientasi Pasar (Variabel Intervening)

Orientasi pasar merupakan suatu strategi perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memahami kekuatan dan kelemahan pesaing. 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

Kinerja UMKM

Kinerja UMKM dimaknai sebagai gambaran mengenai pencapaian target atau hasil yang telah diterima oleh pelaku UMKM. 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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah UMKM yang menggunakan model TQM dalam menjalankan usaha untuk meningkatkan kualitas produk, layanan, proses kerja, dan sumber daya manusia dengan perbaikan-perbaikan secara berkelanjutan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah survei ke lapangan melalui kuesioner dan wawancara. 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.

Sebelum melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM. Peneliti memastikan terlebih dahulu kepada Dinas PPKUKM DKI Jakarta untuk mendapatkan konfirmasi mengenai data yang diberikan. Dinas PPKUKM DKI Jakarta merekomendasikan peneliti untuk menghubungi 50 pelaku UMKM berdasarkan data JAKPRENEUR 2021 melalui *Whatsapp* karena kondisi sedang pandemi. Berdasarkan rekomendasi tersebut, peneliti menyusun tabel kriteria sebagai berikut:

Tabel 1
Tabel Kriteria

Kriteria	Jumlah	Persentase
UMKM yang direkomendasikan oleh Dinas PPKUKM DKI Jakarta Tahun 2021 untuk diwawancarai.	50	100%
UMKM yang tidak menggunakan sistem TQM	(20)	40%
Jumlah sampel yang digunakan	30	60%

Sumber: data diolah peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel IV.1 bahwa UMKM yang direkomendasikan oleh Dinas PPKUKM DKI Jakarta Tahun 2021 untuk diwawancarai sebanyak 50 pelaku UMKM. Peneliti menghubungi 50 pelaku UMKM tersebut melalui *Whatsapp*. Kemudian sebanyak 20 UMKM dinyatakan gugur karena tidak memenuhi kriteria penelitian dengan alasan di antaranya pelaku UMKM tidak menggunakan sistem TQM dan pelaku UMKM tidak merespon wawancara dari peneliti sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 UMKM. Klasifikasi UMKM pada penelitian ini terdiri dari 20 usaha kecil dan 10 usaha menengah yang dilihat berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut Badan Pusat Statistik (2013) bahwa usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 – 19 orang sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 – 99 orang.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menggambarkan karakteristik data jawaban responden terhadap pernyataan dari *Total Quality Management*, orientasi pasar, dan kinerja UMKM. Profil data pada penelitian ini menyajikan frekuensi, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Di bawah ini merupakan penjelasan mengenai profil responden sebagai berikut:

Tabel 2
Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	STDEV
TQM	30	2	5	4,59	0,59
Orientasi Pasar	30	2	5	4,12	0,81
Kinerja UMKM	30	1	5	4,23	0,85

Sumber: data diolah peneliti, 2021

Tabel 1 menunjukkan hasil dari pengukuran deskriptif mengenai profil data terhadap keseluruhan pernyataan pada variabel independen, dependen, dan intervening yang diperoleh dari 30 sampel. Berikut penjelasan untuk pengukuran deskriptif pada Tabel IV.3 adalah sebagai berikut:

1. *Total Quality Management* (TQM)

Pada *Total Quality Management* sebagai variabel independen memiliki 20 butir pernyataan dengan akumulasi skor minimum atas jawaban dari responden sebesar 2 dan skor maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata (*mean*) pada seluruh pernyataan TQM yang

didapat dari jawaban responden sebesar 4,59. Hal tersebut menunjukkan rata-rata pemilik UMKM sebagai responden dalam penelitian ini setuju bahwa TQM memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Selain itu, nilai standar deviasi pada TQM sebesar 0,59, hal ini menunjukkan data kurang bervariasi karena jarak yang kecil antara besaran tiap-tiap data terhadap nilai rata-rata hitung.

2. Orientasi Pasar

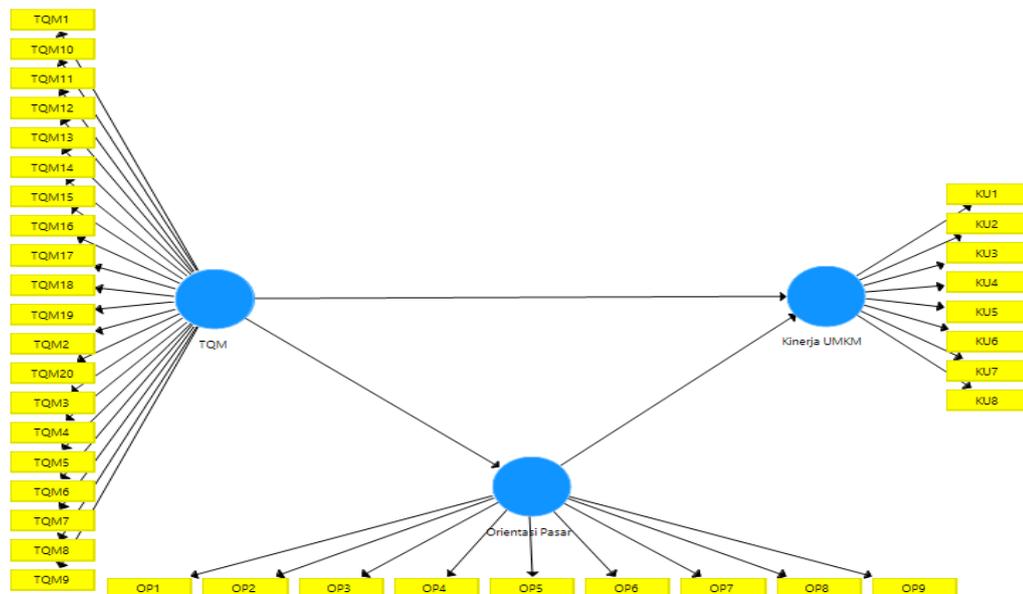
Pada orientasi pasar sebagai variabel intervening memiliki 9 butir pernyataan dengan akumulasi skor minimum atas jawaban dari responden sebesar 2 dan skor maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata (*mean*) pada seluruh pernyataan orientasi pasar yang didapat dari jawaban responden sebesar 4,12. Hal tersebut menunjukkan rata-rata pemilik UMKM sebagai responden dalam penelitian ini setuju bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Selain itu, nilai standar deviasi pada orientasi pasar sebesar 0,81, hal ini menunjukkan data kurang bervariasi karena jarak yang kecil antara besaran tiap-tiap data terhadap nilai rata-rata hitung.

3. Kinerja UMKM

Pada kinerja UMKM sebagai variabel independen memiliki 8 butir pernyataan dengan akumulasi skor minimum atas jawaban dari responden sebesar 1 dan skor maksimum sebesar 5. Nilai rata-rata (*mean*) pada seluruh pernyataan kinerja UMKM yang didapat dari jawaban responden sebesar 4,23. Hal tersebut menunjukkan rata-rata pemilik UMKM sebagai responden dalam penelitian ini setuju bahwa kinerja UMKM yang menetapkan model TQM dan orientasi pasar akan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Selain itu, nilai standar deviasi pada TQM sebesar 0,85, hal ini menunjukkan data kurang bervariasi karena jarak yang kecil antara besaran tiap-tiap data terhadap nilai rata-rata hitung.

Evaluation of measurement model (Outer Model)

Outer model merupakan model pengukuran untuk melihat setiap indikator yang memiliki hubungan dengan variabel lainnya. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Di bawah ini merupakan *path diagram* pada model penelitian ini.



Gambar 2
Path Diagram

Penggabungan model pengukuran dan model struktural menjadi satu diagram disebut *path diagram*. *Path diagram* tersebut menghubungkan antar variabel, yaitu TQM sebagai variabel

eksogen, orientasi pasar sebagai variabel intervening, dan kinerja UMKM sebagai variabel endogen. Anak panah tunggal tersebut menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Menurut Hair et al. (2016) menyatakan bahwa uji yang dilakukan pada *outer model* adalah sebagai berikut:

Convergent validity

Convergent validity merupakan suatu ukuran yang berkorelasi secara positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. Setiap item harus mampu mencapai konstruk yang valid. Untuk mengevaluasi *convergent validity*, peneliti mempertimbangkan nilai *outer loadings* dan Average Variance Extracted (AVE). Di bawah ini merupakan nilai *outer loadings* untuk konstruk TQM, orientasi pasar, dan kinerja UMKM.

Tabel 3
Outer Loadings

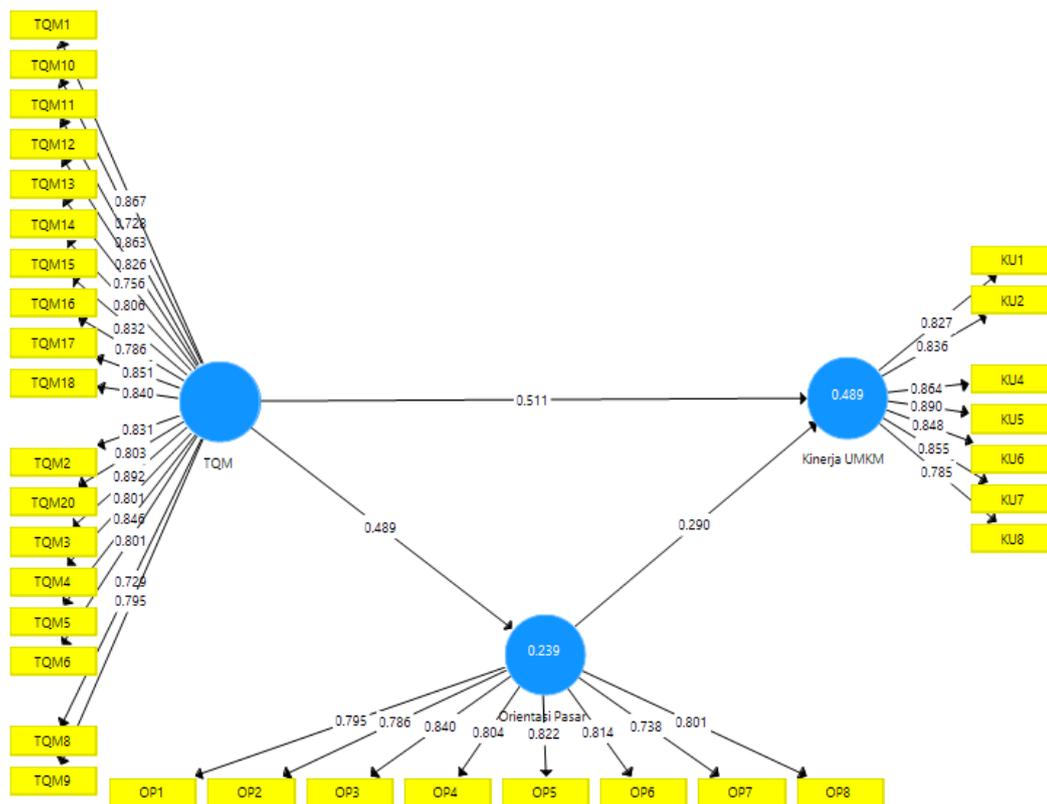
	Kinerja UMKM	Orientasi Pasar	TQM	Keterangan
KU1	0,827			Valid
KU2	0,836			Valid
KU3	0,643			Drop
KU4	0,864			Valid
KU5	0,890			Valid
KU6	0,848			Valid
KU7	0,855			Valid
KU8	0,785			Valid
OP1		0,795		Valid
OP2		0,786		Valid
OP3		0,840		Valid
OP4		0,804		Valid
OP5		0,822		Valid
OP6		0,814		Valid
OP7		0,738		Valid
OP8		0,801		Valid
OP9		0,690		Drop
TQM1			0,867	Valid
TQM2			0,831	Valid
TQM3			0,892	Valid
TQM4			0,801	Valid
TQM5			0,846	Valid
TQM6			0,801	Valid
TQM7			0,425	Drop

TQM8			0,729	Valid
TQM9			0,795	Valid
TQM10			0,728	Valid
TQM11			0,863	Valid
TQM12			0,826	Valid
TQM13			0,756	Valid
TQM14			0,806	Valid
TQM15			0,832	Valid
TQM16			0,786	Valid
TQM17			0,851	Valid
TQM18			0,840	Valid
TQM19			0,667	Drop
TQM20			0,803	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan tabel hasil uji *outer loadings* pada TQM (eksogen) di atas, 18 butir pernyataan memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya. Sedangkan terdapat 2 butir pernyataan (TQM7 dan TQM19) yang memiliki nilai *outer loading* $< 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk uji selanjutnya (*drop*). Kemudian, pada orientasi pasar (*intervening*) terdapat 9 butir pernyataan memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya. Sedangkan terdapat 1 butir pernyataan (OP9) yang memiliki nilai *outer loading* $< 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk uji selanjutnya (*drop*).

Selanjutnya, kinerja UMKM (endogen) terdapat 7 butir pernyataan memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya. Sedangkan terdapat 1 butir pernyataan (KU3) yang memiliki nilai *outer loading* $< 0,7$ yang menunjukkan butir pernyataan tersebut dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk uji selanjutnya (*drop*). Maka setelah melakukan *drop* terhadap beberapa item pernyataan, nilai pada *output outer model* dapat dilihat pada diagram berikut ini.



Gambar 3
Outer Model

Selain mengevaluasi nilai *outer loadings*, peneliti juga mempertimbangkan nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE dikatakan valid apabila memiliki nilai > 0,5. Di bawah ini merupakan nilai AVE dari masing-masing variabel.

Tabel 4
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja UMKM	0,713
Orientasi Pasar	0,641
TQM	0,665

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan tabel hasil uji AVE di atas bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini memiliki nilai > 0,5 sehingga dikatakan valid dan dapat diterima.

Discriminant validity

Discriminant validity merupakan suatu konstruk yang dinilai berbeda dengan konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Untuk mengevaluasi *discriminant validity* peneliti mempertimbangkan faktor *cross-loadings* dan *fornell-larcker criterion*. *Fornell-larcker criterion* dimaknai sebagai 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. Di bawah ini merupakan nilai *fornell-larcker criterion* untuk konstruk TQM, orientasi pasar, dan kinerja UMKM.

Tabel 5
Fornell-Larcker Criterion

	Kinerja UMKM	Orientasi Pasar	TQM
Kinerja UMKM	0,844		
Orientasi Pasar	0,540	0,800	
TQM	0,652	0,489	0,815

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji *fornell-larcker criterion* bahwa nilai *square root AVE* pada orientasi pasar sebesar 0,800 lebih besar daripada nilai korelasi orientasi pasar dengan TQM 0,540 yang menunjukkan persyaratan nilai *discriminant validity* sudah terpenuhi dan dapat diterima. Kemudian, nilai *square root AVE* pada TQM sebesar 0,815 lebih besar daripada nilai korelasi orientasi pasar sebesar 0,489, selain itu nilai korelasi pada TQM juga lebih besar daripada nilai korelasi kinerja UMKM sebesar 0,652. Hal tersebut menunjukkan persyaratan nilai *discriminant validity* sudah terpenuhi dan dapat diterima.

Selain mengevaluasi nilai *fornell-larcker criterion*, peneliti juga mempertimbangkan nilai *cross-loading*. *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. Di bawah ini merupakan nilai *cross-loading* dari masing-masing konstruk variable.

Tabel 6
Cross-Loading

	Kinerja UMKM	Orientasi Pasar	TQM
KU1	0,827	0,419	0,555
KU2	0,836	0,369	0,502
KU4	0,864	0,552	0,591
KU5	0,890	0,532	0,530
KU6	0,848	0,444	0,433
KU7	0,855	0,462	0,620
KU8	0,785	0,384	0,590
OP1	0,422	0,795	0,316
OP2	0,370	0,786	0,259
OP3	0,300	0,840	0,249
OP4	0,259	0,804	0,334
OP5	0,571	0,822	0,410
OP6	0,500	0,814	0,395
OP7	0,382	0,738	0,443

OP8	0,488	0,801	0,568
TQM1	0,698	0,362	0,867
TQM2	0,629	0,513	0,831
TQM3	0,614	0,442	0,892
TQM4	0,415	0,379	0,801
TQM5	0,542	0,310	0,846
TQM6	0,505	0,318	0,801
TQM8	0,444	0,464	0,729
TQM9	0,492	0,220	0,795
TQM10	0,309	0,032	0,728
TQM11	0,609	0,540	0,863
TQM12	0,619	0,415	0,826
TQM13	0,379	0,447	0,756
TQM14	0,427	0,444	0,806
TQM15	0,481	0,371	0,832
TQM16	0,528	0,411	0,786
TQM17	0,573	0,387	0,851
TQM18	0,523	0,387	0,840
TQM20	0,548	0,453	0,803

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji dari *cross-loading* tersebut menunjukkan bahwa semua nilai *outer loadings* indikator pada konstruk yang terkait lebih besar daripada nilai *cross-loading* pada konstruk lainnya. Dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki *discriminant validity* yang baik.

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 $> 0,7$. Di bawah ini merupakan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari masing-masing variabel.

Tabel 7
Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kinerja UMKM	0,933	0,945
Orientasi Pasar	0,921	0,934
TQM	0,970	0,973

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji *composite reliability* dan *cronbach alpha* menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi batas persyaratan nilai minimum $> 0,7$. Pada hasil uji *composite reliability* menunjukkan bahwa semua variabel memiliki konsistensi internal yang memadai dalam mengukur suatu konstruk. Selain itu, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga

diperkuat dengan hasil dari *cronbach alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini sudah reliabel dan dapat melakukan uji analisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji dari *evaluation of measurement model (outer model)* dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mempunyai hasil uji *convergent validity* dan *discriminant validity* yang memadai dan telah diterima. Selain itu, penelitian juga mempunyai *internal consistency reliability* yang memadai pada uji *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Maka, peneliti dapat melakukan uji lebih lanjut.

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:

R²

R² merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *inner model* adalah koefisien determinasi (R²). R² merupakan model *predictive power* yang dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan prediksi konstruk pada endogen tertentu. R² mewakili efek gabungan variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Dengan demikian, R² 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). Di bawah ini merupakan nilai dari R² sebagai berikut:

Tabel 8
R Square

	R Square
Kinerja UMKM	0,489
Orientasi Pasar	0,239

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji R² bahwa TQM dan orientasi pasar memengaruhi kinerja UMKM dengan nilai R² sebesar 0,489 (lemah). Hal tersebut menunjukkan bahwa 48,9% kinerja UMKM dapat dipengaruhi oleh TQM dan orientasi pasar sedangkan sebesar 51,1% kinerja UMKM dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, TQM juga memengaruhi orientasi pasar dengan nilai R² sebesar 0,2399 (lemah). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 23,9% orientasi pasar dapat dipengaruhi oleh TQM sedangkan sebesar 76,1% orientasi pasar dipengaruhi oleh variabel lain.

Path Coefficients

Path coefficients merupakan model untuk melihat arah hubungan hipotesis. *Path coefficients* memiliki nilai standar -1 sampai +1 (nila 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. Di bawah ini merupakan nilai dari *path coefficients* sebagai berikut:

Tabel 9
Path Coefficients

	Kinerja UMKM	Orientasi Pasar	TQM

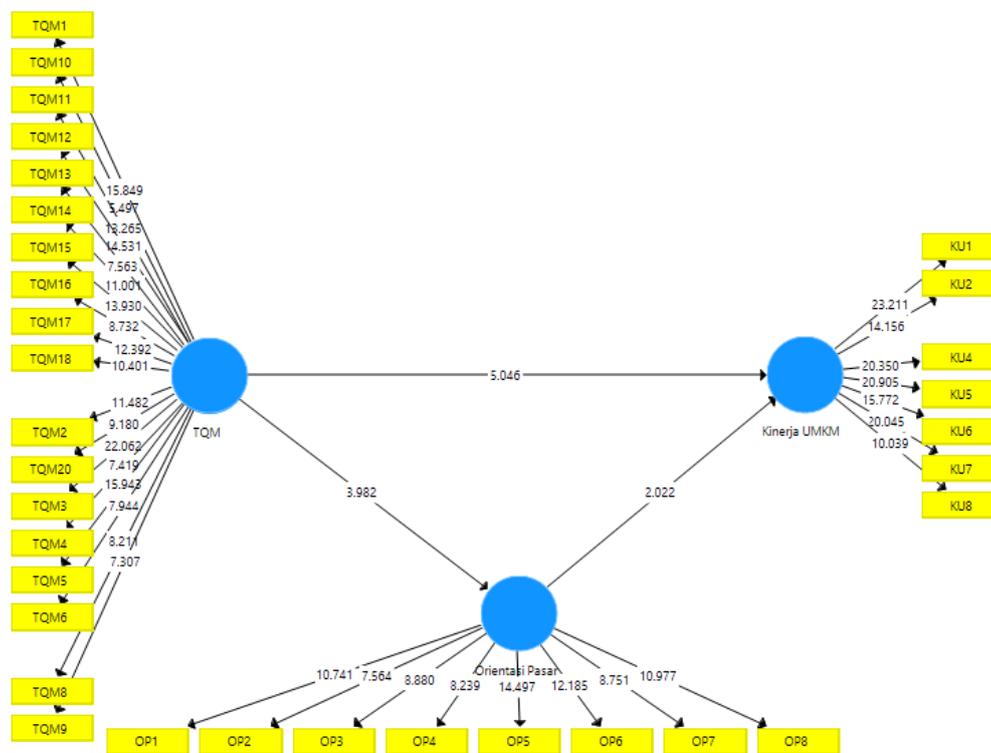
Kinerja UMKM			
Orientasi Pasar	0,290		
TQM	0,511	0,489	

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji dari *path coefficients* bahwa semua hubungan antar variabel memiliki arah hubungan yang positif. TQM berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM sebesar 0,511. Kemudian, TQM berpengaruh secara positif terhadap orientasi pasar sebesar 0,489. Selanjutnya, orientasi pasar berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM sebesar 0,290.

T-Statistics

T-Statistics dalam uji *inner model* berguna untuk menguji signifikansi pada hipotesis. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari *output bootstrapping*. Berikut hasil uji *output bootstrapping* dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4
Bootstrapping

Dalam uji hipotesis, apabila menggunakan taraf alpha 5%, maka nilai kritis pada *T-Statistics* adalah 1,96. Artinya, apabila nilai yang di peroleh berada di rentang $-1,96 < T-Statistics < 1,96$ maka hipotesis tersebut tidak signifikan. Begitupun sebaliknya, apabila nilai *T-Statistics* $< -1,96$ atau $> 1,96$ maka hipotesis tersebut signifikan. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 10
Bootstrapping

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
--	---------------------	-----------------	----------------------------	--------------------------	----------

TQM → Kinerja UMKM	0,511	0,537	0,101	5,046	0,000
TQM → Orientasi Pasar	0,489	0,529	0,123	3,982	0,000
Orientasi Pasar → Kinerja UMKM	0,290	0,285	0,143	2,022	0,044
TQM → Orientasi Pasar → Kinerja UMKM	0,142	0,143	0,076	1,867	0,063

Sumber: data diolah peneliti, 2021. (Output SmartPLS 3.0)

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut bahwa nilai dari H1, H2, dan H3 sudah melebihi nilai 1,96 maka hipotesis tersebut diterima. Sedangkan nilai dari H4 < 1,96 maka hipotesis tersebut ditolak. Di bawah ini merupakan penjelasan untuk hasil uji hipotesis pada Tabel IV.11 adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis 1 bahwa nilai koefisien beta TQM terhadap kinerja UMKM sebesar 0,511 (positif) dan nilai *T-Statistics* yaitu sebesar 5,046. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Statistics* > 1,96 dengan *p-value* < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM sehingga **H1 diterima**.

2. Pengujian Hipotesis 2: TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar

Hasil pengujian hipotesis 2 bahwa nilai koefisien beta TQM terhadap orientasi pasar sebesar 0,489 (positif) dan nilai *T-Statistics* yaitu sebesar 3,982. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Statistics* > 1,96 dengan *p-value* < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa TQM secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar sehingga **H2 diterima**.

3. Pengujian Hipotesis 3: Orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis 3 bahwa nilai koefisien beta orientasi pasar terhadap kinerja UMKM sebesar 0,290 (positif) dan nilai *T-Statistics* yaitu sebesar 2,022. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Statistics* > 1,96 dengan *p-value* < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM sehingga **H3 diterima**.

4. Pengujian Hipotesis 4: Orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis 4 bahwa nilai koefisien beta orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM sebesar 0,142 dan nilai *T-Statistics* yaitu sebesar 1,867. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai *T-Statistics* < 1,96 dengan *p-value* > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak adanya mediasi dari orientasi pasar terhadap hubungan antara TQM dan kinerja UMKM sehingga **H4 ditolak**.

Pembahasan

TQM terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Cengkareng. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sahoo & Yadav (2017); Chienwattanasook & Jermstittiparsert (2019); Khoviani & Izzaty (2020); Pambreni et al. (2019); Hilman et al. (2019); dan Minci (2018) menunjukkan hasil yang sama yaitu positif dan signifikan antara pengaruh TQM terhadap Kinerja UMKM.

Dengan adanya pengaruh ini, apabila pemilik UMKM dapat menerapkan model TQM dengan baik dalam menjalankan usahanya maka akan meningkatkan kinerja UMKM. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahoo & Yadav (2017) bahwa dalam menjalankan model TQM yang tepat akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat sehingga dapat meningkatkan operasional usaha serta kinerja bisnis dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, peneliti menyimpulkan bahwa pemilik UMKM berfokus pada kualitas produk dan pelayanan sehingga diharapkan akan menambah nilai bagi konsumen dan meningkatkan kinerja. Selain itu, sebagian besar UMKM yang diwawancarai oleh peneliti adalah usaha kuliner. Berdasarkan informasi dari pelaku UMKM di bidang kuliner dapat disimpulkan bahwa praktik TQM yang dijalankan masih sederhana. Pelaku UMKM masih berada di tahap awal yaitu peningkatan kualitas produk yang memberikan nilai tambah kepada konsumen. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Atkinson et al. (2011) dalam bukunya yang berjudul *Management Accounting Information for Decision-Making and Strategy Execution*, bahwa model TQM pada tahap penekanan kualitas menjadi fokus utama dalam bisnis sehingga dapat meningkatkan proses bisnis internal dan eksternal yang berkaitan dengan konsumen.

Peningkatan kualitas produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM di bidang kuliner tersebut di antaranya melayani konsumen dengan baik, menyediakan suasana tempat yang nyaman, harga jual yang kompetitif, dan menekan biaya produksi misalnya untuk mencegah pemborosan bahan baku. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Goetsch & Davis (2016) dalam bukunya yang berjudul *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*, bahwa untuk mengedepankan kualitas produk yang memberikan nilai kepada konsumen pada industri makanan dan minuman di antaranya dengan memperhatikan pelayanan dalam menyediakan makanan dan minuman, respon yang baik terhadap konsumen, lingkungan yang nyaman, dan penetapan harga yang bersaing sehingga akan menjaga loyalitas konsumen.

TQM terhadap Orientasi Pasar

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa bahwa *Total Quality Management* (TQM) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap orientasi pasar pada UMKM di Cengkareng. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Bazazo et al. (2017); Bhaskar (2020); dan Pattanayak et al. (2017) menunjukkan hasil yang sama yaitu positif dan signifikan antara pengaruh TQM terhadap orientasi pasar.

Dengan adanya pengaruh ini, UMKM yang sudah menggunakan model TQM akan mampu mengembangkan orientasi pasar dengan baik sehingga akan meningkatkan kinerja bisnis. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bazazo et al. (2017) bahwa TQM menawarkan pendekatan yang sistematis untuk mengembangkan lingkungan kerja, mengadopsi orientasi pasar, yang selanjutnya meningkatkan kinerja.

Praktik TQM yang diimplementasikan secara baik akan mampu mengembangkan orientasi pasar yang lebih baik lagi sehingga mampu menganalisis kebutuhan pasar dan memantau strategi pesaing. Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa praktik TQM yang direncanakan dan diimplementasikan secara baik akan mengakibatkan analisis pasar yang mampu mengidentifikasi kebutuhan yang sesuai harapan konsumen sehingga perusahaan yang berorientasi pasar akan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efisien dan mampu mempertahankan konsumen (Bhaskar, 2020).

Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Cengkareng. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Bazazo et al. (2017); Bhaskar (2020); Pramesti & Giantari (2016); Zulkarnain & Mukarramah (2019); dan Afyati; et al. (2019) menunjukkan hasil yang serupa yaitu positif dan signifikan antara pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja organisasi UMKM.

Dengan adanya pengaruh ini, apabila pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya berorientasi pasar dengan baik akan meningkatkan kinerja bisnis yang unggul dan mampu bersaing di pasar. Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa Perusahaan yang berorientasi pasar secara efektif akan mencapai kinerja perusahaan yang maksimum dan mencapai keunggulan bersaing di pasar (Bhaskar, 2020).

Selain itu, UMKM yang berorientasi pasar dapat mengetahui kondisi pasar dan mampu menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas sehingga akan tercapainya kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain & Mukarramah (2019) Orientasi pasar sangat memengaruhi pelaku usaha dalam memasarkan produk atau layanan yang sesuai dengan harapan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Orientasi Pasar Memediasi Hubungan TQM dan Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak adanya mediasi dari orientasi pasar terhadap hubungan antara TQM dan kinerja UMKM. Hasil tersebut berkontradiksi dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Bhaskar (2020) dan Wang et al. (2012) menunjukkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi yang dimediasi oleh orientasi pasar. TQM mampu memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja UMKM tanpa dimediasi oleh orientasi pasar.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2012) menyatakan bahwa sebagian perusahaan yang telah menerapkan model TQM belum mempertimbangkan untuk berorientasi pasar karena masih sedikit temuan empiris yang membahas efek dari TQM dan orientasi pasar terhadap kinerja. Selain itu, penelitian tersebut juga menyatakan bahwa para ahli berpendapat mengenai hubungan antara TQM, orientasi pasar, dan kinerja organisasi menunjukkan hasil yang beragam dan kontroversial. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan, bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mempertimbangkan orientasi pasar sebagai elemen penting yang dapat meningkatkan kinerja. Mereka meyakini bahwa model TQM mampu memberikan pengaruh langsung dalam meningkatkan kinerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. TQM terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Dengan adanya pengaruh ini, apabila pemilik UMKM dapat menerapkan model TQM dengan baik dalam menjalankan usahanya maka akan meningkatkan kinerja UMKM

2. TQM terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar. Dengan adanya pengaruh ini, UMKM yang sudah menggunakan model TQM akan mampu mengembangkan orientasi pasar dengan baik sehingga akan meningkatkan kinerja bisnis
3. Orientasi pasar terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Cengkareng, Jakarta Barat. Dengan adanya pengaruh ini, apabila pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya berorientasi pasar dengan baik akan meningkatkan kinerja bisnis yang unggul dan mampu bersaing di pasar.
4. Tidak adanya mediasi dari orientasi pasar terhadap hubungan antara TQM dan kinerja UMKM.

Kontribusi Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini memberikan bukti bahwa model TQM penting bagi UMKM dan menambah temuan mengenai pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM yang dinilai masih minim. Penelitian ini juga memberikan sumbangan pada teori *Resource Based View* (RBV) bahwa berdasarkan teori RBV, kapabilitas UMKM menjadi efektif apabila TQM dan orientasi pasar menjadi kunci sumber daya internal dalam meningkatkan kinerja dan menciptakan keunggulan bersaing.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan sumbangan pada teori *Balance Scorecard* (BSC) bahwa berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini indikator kinerja UMKM yang meliputi perspektif keuangan, konsumen, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan dinilai cukup tepat untuk mengukur kinerja UMKM. Selanjutnya, penelitian ini memberikan kontribusi berupa sanggahan mengenai orientasi pasar yang memediasi hubungan TQM dan kinerja UMKM. Hasil penelitian ini menemukan bahwa orientasi pasar tidak sebagai pemediasi hubungan TQM dan kinerja UMKM.

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pelaku UMKM dengan memperkenalkan pendekatan TQM kepada pelaku UMKM yang belum mengetahui pendekatan tersebut. Kemudian, bagi pelaku UMKM yang sudah menerapkan model TQM diharapkan mampu menjalankan model TQM dengan baik seperti menghasilkan produk yang berkualitas, melayani konsumen dengan baik, menekan biaya produksi sehingga akan menjaga loyalitas konsumen dan meningkatkan kinerja bisnis dalam jangka panjang. Selanjutnya, penelitian ini juga memperkenalkan orientasi pasar kepada pelaku UMKM. UMKM yang berorientasi pasar dengan baik akan mencapai kinerja maksimum dan mampu bersaing di pasar.

Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pemerintah untuk lebih memberikan dukungan prioritas terhadap pelaku UMKM terutama dalam meningkatkan kualitas produk, pemanfaatan teknologi digital, dan meningkatkan keterlibatan UMKM di pasar digital sehingga diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha. Kemudian, penelitian ini juga memberikan implikasi bagi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta untuk lebih memperhatikan UMKM, khususnya UMKM di Kecamatan Cengkareng dengan mengenalkan pendekatan kualitas, seperti TQM dan memberikan pelatihan manajemen bisnis kepada pelaku UMKM. Selanjutnya, penelitian ini juga memberikan implikasi bagi akademisi untuk lebih banyak melakukan penelitian mengenai pendekatan TQM terhadap kinerja UMKM.

Saran

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan maksimal dan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun tidak menutup kemungkinan penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti memiliki saran bagi penelitian selanjutnya antara lain sebagai berikut:

1. Jumlah sampel yang ditetapkan untuk penelitian yang akan datang sebaiknya lebih banyak. Selain itu, perlunya perluasan ruang lingkup penelitian, misalnya lingkup kabupaten/kota, provinsi, atau nasional.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan atau mengganti variabel lainnya, seperti Sistem Informasi Akuntansi, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan sebagainya.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mengajukan pertanyaan wawancara yang lebih spesifik kepada pelaku UMKM mengenai penerapan TQM terhadap kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, Murni, S., & Pramono, H. (2019). Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1371>
- Afrifa, G. A. ., & Padachi, K. (2016). Working Capital Level Influence On SME Profitability. *Journal of Small Business and Enterprise Developmen*, 23(1), 44–63. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2014-0014>
- Al-Shdaifat, E. A. (2015). Implementation of total quality management in hospitals. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 10(4), 461–466. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2015.05.004>
- Alghamdi, F. (2018). Total Quality Management and Organizational Performance: A Possible Role of Organizational Culture. *International Journal of Business Administration*, 9(4), 186. <https://doi.org/10.5430/ijba.v9n4p186>
- Asad, M., Devi, S., Chethiyar, M., & Ali, A. (2020). Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation, and Market Orientation: Moderating Effect of Environment on Performance of SMEs. *Paradigms*, 14(1), 102–108. <https://doi.org/10.24312/193014016>
- BadanPusatStatistik. (2013). Industri Mikro dan Kecil. *Badan Pusat Statistik (BPS)*. <https://www.bps.go.id/subjek/view/id/9>
- Bazazo, I., Alansari, I., Alquraan, H., & Alzgaybh, Y. (2017). The Influence of Total Quality Management , Market Orientation and E-Marketing on Hotel Performance. *International Journal of Business Administration*, 8(4), 79–99. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n4p79>
Accepted:
- Bhaskar, H. L. (2020). Establishing a link among total quality management, market orientation and organizational performance: An empirical investigation. *TQM Journal*, 32(6), 1507–1524. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2019-0012>
- Chaerunisak, U. H., & Aji, A. W. (2020). Penerapan Total Quality Management Terhadap Dampak Kinerja Manajerial dan Laba Perusahaan pada UMKM Yogyakarta. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 10–14. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.6811>
- Chienwattanasook, K., & Jermsittiparsert, K. (2019). Influence of entrepreneurial orientation and total quality management on organizational performance of pharmaceutical SMEs in Thailand with moderating role of organizational learning. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 10(2), 223–233.
- Efendi, P., & Mandala, K. (2018). Pengaruh Implementasi Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Barjaz di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1653–1681. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p019>
- Goetsch, D. L., & Davis, S. (2016). *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality* (8th Editio). Printice Hall International, Inc.
- Gupta, G., Tan, K. T. L., Ee, Y. S., & Phang, C. S. C. (2018). Resource-based view of information systems: Sustainable and transient competitive advantage perspectives. *Australasian Journal of Information Systems*, 22, 1–10. <https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1657>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. In *Sage*.

- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *II*(4), 863–872.
- Hilman, H., Ali, G. A., & Gorondutse, A. H. (2019). The relationship between TQM and SMEs' performance: The mediating role of organizational culture. *International Journal of Productivity and Performance Management*, *69*(1), 61–84. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2019-0059>
- Jabeen, R., & Mahmood, R. (2015). The Effects of Total Quality Management and Market Orientation on Business Performance of Small and Medium Enterprises in Pakistan. *British Journal of Economics, Management & Trade*, *5*(4), 408–418. <https://doi.org/10.9734/BJEMT/2015/14226>
- Jahanshahi, A. A., Rezaei, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, B. K. (2012). Analyzing the effects of electronic commerce on organizational performance: Evidence from small and medium enterprises. *African Journal of Business Management*, *6*(15), 6486–6496. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1768>
- KEMENKOPUKM. (2019). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)*. <https://www.kemerkopukm.go.id/data-umkm>
- Khan, I. (2020). Market Orientation , Social Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance : The Mediating Role of Learning Orientation Market Orientation , Social Entrepreneurial Orientation , and Organizational Performance : The Mediating Role of Learning O. *Iranian Journal of Management Studies*, *13*(4), 673–703.
- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market Orientation, Social Entrepreneurial Orientation, and Organizational Performance: The Mediating Role of Learning Orientation. *Iranian Journal of Management Studies*, *13*(4), 673. <https://doi.org/10.22059/ijms.2020.289467.673800>
- Khoviani, F. S., & Izzaty, K. N. (2020). Penerapan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Dengan Total Quality Management Sebagai Variabel Intervening. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(2), 62–76. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.89>
- Kurniawati, E. P., & Meilianaintani, A. (2016). Effect analysis of the use of accounting information, managerial performance and employee performance Towards SMEs. *Journal of Administrative and Business Studies*, *2*(3), 131–142. <https://doi.org/10.20474/jabs-2.3.4>
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, *6*(2), 114–123. <https://doi.org/10.15294/JEEC.V6I2.19297>
- Minci, V. Y. (2018). Pengaruh Praktik Total Quality Management Terhadap Kinerja Usaha dan Daya Saing Sebagai Variabel Mediasi Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Dumai. *Jurnal Online Mahasiswa FEB*, *1*(1), 1–14.
- Muzaki, M. (2019). *Pengaruh Praktik Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Konveksi Adiwerna Tegal*.
- Pambreni, Y., Khatibi, A., Ferdous Azam, S. M., & Tham, J. (2019). The influence of total quality management toward organization performance. *Management Science Letters*, *9*(9), 1397–1406. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.011>

- Pattanayak, D., Koilakuntla, M., & Punyatoya, P. (2017). Investigating the influence of TQM, service quality and market orientation on customer satisfaction and loyalty in the Indian banking sector. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 34(3), 362–377. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-04-2015-0057>
- Pramesti, N. M. V., & Giantari, I. G. A. K. (2016). Peran Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Industri Kerajinan Endek. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5754–5782.
- Raimondo, E. (2016). *What Difference Does Good Monitoring & Evaluation Make to World Bank Project Performance?* (Issue June).
- Ramayanti, R., & Novita, N. (2017). Perkembangan Kinerja Umkm Sebelum Dan Sesudah Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Seminar Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Respatiningsih, H. (2019). Manajemen Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 53. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v15i2.5746>
- Sahoo, S., & Yadav, S. (2017). Entrepreneurial orientation of SMEs, total quality management and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(7), 892–912. <https://doi.org/10.1108/JMTM-04-2017-0064>
- Segara, I. G. B. M., & Sudiartha, G. M. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Memediasi Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sepeda Bali Tour. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3247. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p24>
- Sil, M., Kassiavera, S., & Belly, N. M. (2018). Analisis Total Quality Management terhadap Kinerja Manajerial pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Era Globalisasi. *The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018 “Pemberdayaan Dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital,”* 208–220.
- Sinarwati, N. K., Sujana, E., & Herawati, N. T. (2019). Peran Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Mobile Bagi Peningkatan Kinerja Umkm. *License Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(1), 26–32. <https://doi.org/10.22225/kr.11.1.1123.26-32>
- Talib, H. H. A., Ali, K. A. M., & Idris, F. (2014). Critical success factors of quality management practices among SMEs in the food processing industry in Malaysia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(1), 152–176. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0162>
- Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>
- Wahyuni, N. M. (2019). Efek Kompetensi Menghasilkan Pengetahuan Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Inovasi UMKM Tekstil di Bali. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 119–132.
- Wang, C. H., Chen, K. Y., & Chen, S. C. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 119–129. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.013>
- Wernerfelt, B. (1984). *A Resource-based View of the Firm*. 5(2), 171–180.

Widjaya, O. H., & Suryawan, I. N. (2014). Pengaruh Total Quality Management (TQM) dan Quality Management Information (QMI) Terhadap Kinerja Perusahaan. *Karya Ilmiah Dosen*, 6(August), 88–96.

Zulkarnain, M., & Mukarramah. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 192–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>