

**PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (TQM) TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI
(Studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet)**

SKRIPSI



KHAIRUNNISA AFIFAH YUSMAN

NIM.141170165

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (TQM) TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI**

(Studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana
Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Yogyakarta



KHAIRUNNISA AFIFAH YUSMAN

NIM.141170165

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

Yogyakarta

2022

Skripsi Berjudul
PENGARUH TOTAL QUALITY MAGAGEMENT TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI

(Studi pada UMKM Batik Kayu di Krebet)

Disusun Oleh:

KHAIRUNNISA AFIFAH YUSMAN

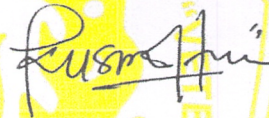
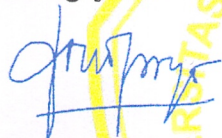
NIM. 141170165

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 4 Maret 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/ Pembimbing I

Penguji/ Pembimbing II



Tri Wahyuningsih, S.E.M.Si

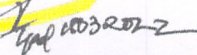
DR. Titik Kusmantini, S.E, M.Si

NIP. 19730917 202121 2 005

NIP. 19721021 202121 2 004

Penguji

Penguji



Yuli Liestyana, SE., M.Si

Drs. Agung Satmoko, ME

NIP. 19720716 202121 2 005

NIP. 19591129 198603 1 001

Mengetahui,

Jurusan Manajemen

Ketua



Dr. R. Heru Kristanto HC, S.E., M.Si

NIP. 19690120 202121 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Inovasi (Studi pada UMKM Batik Kayu di Krebet)” merupakan sebuah hasil karya tulis ilmiah yang saya susun sendiri dan tidak ada karya tulis ilmiah sebelumnya kecuali kutipan – kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan pelanggaran etika penulisan ilmiah, saya siap mempertanggungjawabkan perbuatan saya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Februari 2022

Penulis,


Khairunnisa Afifah Yusman

141170165

HALAMAN MOTTO

*"Bersyukur atas masa-masa sulit yang menimpamu, karena Allah memilihmu,
berarti Allah memandangmu cukup baik untuk melalui masa-masa itu."*

(Nouman Ali Khan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

*Kedua orangtua saya, Bapak Kadarusman dan Ibu Yayuk Prasetyo Wardani
yang telah membiayai kuliah saya hingga selesai.*

*Terimakasih kepada Allah SWT yang selalu memampukan dan memberikan
kedisiplinan diri untuk terus semangat dalam mengerjakan skripsi ini hingga bisa
menempuh skripsi hingga selesai.*

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Inovasi (Studi pada UMKM Batik Kayu di Krebet)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Ilmu Ekonomi pada program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, doa, serta dukungan baik materiil maupun moral dari berbagai pihak, dengan rasa hormat dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada kedua orang tua penulis, Bapak Kadarusman dan Ibu Yayuk Prasetyo Wardani yang senantiasa mendoakan, mendukung serta membantu penulis dalam keseharian penulis. Dalam kesempatan ini penulis juga akan menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Tri Wahyuningsih, S.E.M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah menuntun, mengarahkan, memberikan masukan serta semangat dan selalu memotivasi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. DR. Titik Kusmantini, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan masukan, motivasi serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan dan penelitian skripsi ini.
3. Yuli Liestyana, SE., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Agung Satmoko, ME selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ketua paguyuban pengrajin batik kayu Desa Wisata Kreet Babak Agus Jati Kumara
6. Para pengrajin batik kayu selaku responden dan segenap warga Desa Wisata Kreet.

Harapannya skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk masyarakat luas, yaitu sebagai sumber referensi yang baru guna untuk penelitian selanjutnya dalam bidang Ilmu Manajemen khususnya dalam Manajemen Operasional, pengelolaan kualitas, inovasi dan kinerja perusahaan. Mengingat penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran akan sangat berguna untuk penelitian ini agar bisa dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

Yogyakarta, 20 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Klasifikasi Variabel Penelitian.....	37

3.6 Definisi Variabel Operasional.....	39
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.2 Hasil Analisis	58
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V	74
KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	89
BIODATA PENELITI.....	90
SURAT IZIN PENELITIAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengrajin Batik Kayu Krebet	12
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangkauan Pasar	50
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Total Quality Management ...	51
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan	54
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Inovasi	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.8 Hasil Reliabilitas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Berganda	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Jalur/ <i>Path Analysis</i>	63
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Analisis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persebaran UMKM D.I Yogyakarta	8
Gambar 1.2 Kinerja UMKM Batik Kayu Krebet tahun 2017 – 2021	14
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	33

PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI

(Studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet)

Khairunnisa Afifah Yusman

nissafifah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TQM dalam mempengaruhi inovasi dan kinerja perusahaan, serta peran inovasi dalam memediasi hubungan antara TQM dan kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu di Kreet. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu *Total Quality Management* (TQM) sebagai variabel independen, inovasi sebagai variabel intervensi, dan variabel kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM batik kayu di Kreet, sedangkan total sampel penelitian berjumlah 35 orang pemilik UMKM batik kayu dan menggunakan teknik sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi berganda, *path analysis* dengan metode Partial Least Square (PLS) yang diolah menggunakan software SPSS Statistic 26. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa TQM memiliki pengaruh positif terhadap inovasi dan kinerja perusahaan, sedangkan inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Lalu efek mediasi inovasi antara variabel TQM dan kinerja perusahaan lebih kecil dari pengaruh langsung TQM terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: manajemen kualitas total, UMKM, inovasi, kinerja perusahaan, manajemen operasional

THE INFLUENCE OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) ON COMPANY PERFORMANCE MEDIATED BY INNOVATION

(Study on Batik Kayu SMEs in Krebet)

Khairunnisa Afifah Yusman

nissafifah@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of TQM in influencing innovation and firm performance, as well as the role of innovation in mediating the relationship between TQM and firm performance on wooden batik SMEs in Krebet. The variables examined in this study are Total Quality Management (TQM) as the independent variable, innovation as the intervening variable, and the firm performance variable as the dependent variable. The population in this study were all wooden batik SMEs in Krebet, while the number of research samples was 35 owners of wooden batik SMEs and the use of the saturated sample technique. This research uses quantitative research with descriptive statistical analysis, simple linear regression analysis, multiple regression analysis, path analysis using the Partial Least Square (PLS) method which is processed using SPSS Statistic 26 software. Based on the results of the study, it is known that TQM has a positive influence on innovation and firm performance, while innovation has no effect on firm performance. The mediating effect of innovation between TQM variables and firm performance is smaller than the direct effect of TQM on firm performance.

Keywords: total quality management, SMEs, innovation, firm performance, operations management

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, perubahan yang fundamental akibat revolusi industri 4.0 terjadi pada berbagai tatanan kehidupan global. Perkembangan pemanfaatan teknologi yang tercermin dari peningkatan kreativitas dan inovasi pada akhirnya menyebabkan efisiensi produktivitas dan disrupsi secara global, termasuk dalam bidang ekonomi bisnis.

Terjadinya perubahan yang cepat akibat *sharing economy*, pemanfaatan berbagai otomasi alat dan mesin sehari-hari maupun industrial, Internet of Things (IoT), dsb yang mana teknologi menaruh andil hampir dalam seluruh aktivitas perekonomian. Revolusi Industri 4.0 sejatinya bertujuan untuk mencapai peningkatan pendapatan dan penghematan biaya yang bermuara pada efisiensi operasional.

Di sisi lain, pemanfaatan teknologi yang kian canggih menciptakan pasar yang lebih terbuka, di mana akses penjual maupun pembeli tidak terbatas pada tempat dan waktu, bahkan memangkas perantara antara pembeli akhir dengan produsen. Hal ini dapat membantu menghidupkan perekonomian usaha-usaha kecil dan membebaskan usaha yang lebih besar dari biaya investasi properti dan tenaga penjual langsung, namun juga berdampak pada kompetisi pasar yang meningkat. Selain persaingan harga, implementasi inovasi yang tepat serta penjagaan kualitas

menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan di pasar.

Kualitas menjadi salah satu unsur utama yang berpengaruh dan tidak dapat diabaikan dalam persaingan (Purba dan Hutami 2015). Seiring meningkatnya cakupan pasar, permintaan dan persaingan pasar, menjaga dan meningkatkan kualitas, serta berinovasi menjadi salah satu hal yang menantang namun sangat diperlukan (Sil, *et al* 2018).

Mengingat proses pembuatan batik kayu yang *handmade*, dikerjakan langsung oleh tiap pengrajin tanpa cetakan ataupun alat bantu, menyebabkan hasil jadi produk yang dihasilkan tidak bisa selalu 100% sama. Produk yang dihasilkan memang unik namun menjaga keseragaman mutu kualitas dapat menjadi masalah tersendiri bagi perusahaan. *Total Quality Management* (TQM) seperti yang dikemukakan (Gaspersz 2006), adalah suatu cara yang seharusnya dilakukan oleh sebuah organisasi dalam upaya memperbaiki kualitas produknya dan meningkatkan produktivitasnya.

Menurut (Kanji 1990) berpendapat bahwa TQM merupakan cara hidup yang seharusnya dianut sebuah organisasi yang berkomitmen terhadap kepuasan pelanggan melalui perbaikan secara terus-menerus, cara hidup ini memiliki prinsip-prinsip penting yang dapat diterapkan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, meningkatkan keuntungan dan performa organisasi.

Suatu survei di Amerika mengemukakan hasil bahwa 307 eksekutif dari 1000 perusahaan Fortune dan 308 dari perusahaan yang lebih kecil memaparkan

bahwa langkah dari pemecahan masalah yang diimplementasikan dari filosofi *Total Quality Management* (TQM) sangatlah penting. Filosofi ini dapat merubah budaya perusahaan, memberikan pendidikan kepada karyawan, dan merubah motivasi karyawan dalam menangani suatu proses dan peralatan dengan lebih baik dan efektif serta meningkatkan produktivitas mereka.

Peningkatan kualitas mengalihkan pemborosan jam kerja ke dalam waktu pembuatan produk dan layanan yang lebih baik. Hasilnya adalah biaya lebih rendah, posisi kompetitif yang lebih baik, dan pekerja yang lebih bahagia. Menjadikan pemasok sebagai mitra dalam hubungan loyalitas dan kepercayaan jangka panjang juga dapat meningkatkan kualitas bahan baku dan mengurangi biaya. Dalam memelihara kualitas, pelanggan adalah bagian penting. Kualitas harus ditujukan untuk kebutuhan pelanggan, baik sekarang dan di masa depan (Deming 2000).

Penelitian yang dilakukan oleh Prayhoego dan Devie (2013) berhasil menarik kesimpulan bahwa *Total Quality Management* (TQM) salah satu pendekatan yang paling baik (best practice) dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan. Goetsch dan Davis (1994) mengembangkan sepuluh unsur utama TQM, yang terdiri dari pendekatan ilmiah, kerjasama dalam tim, kebebasan yang terkendali, obsesi terhadap kualitas, perbaikan dan pelatihan, keterlibatan serta pemberdayaan karyawan, komitmen dalam jangka panjang, fokus kepada pelanggan, kesatuan tujuan, serta adanya perbaikan sistem secara terus-menerus.

TQM adalah visi yang hanya dapat dicapai perusahaan melalui perencanaan jangka panjang, dengan menyusun dan menerapkan rencana peningkatan kualitas

yang secara bertahap membawa perusahaan menuju pemenuhan visi, yaitu ke titik di mana definisi TQM berikut menjadi kenyataan: Budaya perusahaan yang ditandai dengan peningkatan kepuasan pelanggan melalui perbaikan terus-menerus, di mana semua karyawan di perusahaan berpartisipasi secara aktif (Dahlgaard, *et al* 1998), serta membawa perusahaan mencapai efisiensi biaya kualitas, mendorong inovasi, serta peningkatan kinerja perusahaan secara holistik. Karenanya, sebagian besar peneliti telah mengakui keefektifan dan peran implementasi TQM pada kinerja perusahaan dalam berbagai industri. TQM juga dianggap sebagai alat terbaik untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan untuk perusahaan (Tsou, *et al* 2021).

Baik TQM dan inovasi adalah faktor kunci keunggulan bersaing yang tertanam kuat ke dalam produk, layanan, dan proses organisasi. Untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih tinggi, organisasi diperlukan untuk mengadopsi kualitas dan inovasi (Shan, *et al* 2016).

Inovasi memainkan peran yang sangat penting dalam menyediakan produk dan layanan yang unik, menciptakan nilai lebih bagi organisasi dan menciptakan hambatan masuk bagi pesaing baru. Inovasi berperan penting dalam mengamankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar saat ini (Tushman dan Nadler 1986).

Ferdousi, *et al* (2018) mengatakan bahwa agar dapat bersinar dalam persaingan, inovasi merupakan hal yang sangat penting dimana banyak perusahaan mendapatkan keuntungan dari inovasi yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu,

namun perlu diperhatikan bahwa bisnis suatu organisasi tidak akan berhasil dengan inovasinya jika produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar permintaan pelanggan. UKM yang terdepan ditentukan oleh sejumlah faktor dan kriteria, seperti nilai aset, jumlah karyawan, ukuran, usia, lokasi, organisasi, struktur, volume penjualan, serta kepemilikan melalui inovasi dan teknologi (Rahman 2001).

Rue dan Byard (1997) memaparkan bahwa kinerja perusahaan adalah suatu pencapaian perusahaan yang diukur dari hasil-hasil kinerja selama periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan menguji kinerja pasar dan keuangan, kepuasan pelanggan, kinerja operasional, kinerja pemasok, dan mitra bisnis, dan hasil-hasil sumber daya manusia (Gaspersz 2005). Kinerja perusahaan merupakan prestasi perusahaan yang dihasilkan melalui bagaimana cara perusahaan beroperasi sehari-hari. Baik buruknya kinerja perusahaan terdapat pada kemampuan perusahaan memilih langkah yang tepat dalam menjalankan kegiatan operasional, bisnis, maupun dalam merespon perubahan. --

TQM yang merupakan teknik perbaikan strategis dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan (Psomas, 2016). Pentingnya penerapan TQM terhadap penjagaan dan peningkatan kinerja perusahaan dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Talib, *et al* 2013), yang membuktikan bahwa penerapan *Total Quality Management* mempengaruhi kinerja perusahaan seperti penerapan pendidikan dan pelatihan, kerja tim, dan sistem penjagaan mutu kualitas, serta benchmarking menunjukkan hubungan positif dengan kinerja.

Selain *Total Quality Management*, inovasi merupakan kemampuan organisasi yang juga penting, karena mesin pertumbuhan peningkatan pada keuntungan, kekuatan persaingan, kinerja, dan penjualan yang disebabkan keberhasilan dari produk baru (Battor, 2010). Kinerja perusahaan yang unggul telah diakui sebagai salah satu hal yang telah diakui dihasilkan oleh kemampuan inovasi yang merupakan sumber daya internal paling penting (Al-Kalouti, *et al* 2019).

Peran TQM dan inovasi yang positif dalam peningkatan kinerja perusahaan telah dibuktikan oleh beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Soreshjany dan Dehkordi 2014, Miranda et al 2014, dan Lorente dan Costa 2008), Maka dari itu *Total Quality Management* serta inovasi merupakan alat yang penting untuk diadopsi perusahaan agar dapat membawa peningkatan pada kinerja-nya, sehingga penelitian pada subjek yang spesifik penting dilakukan untuk mengetahui apakah variable-variabel tersebut memang memiliki pengaruh positif secara global atau adakah hasil lain pada kasus-kasus atau subjek tertentu, agar dapat membantu pemilihan prioritas penetapan strategi bisnis pada subjek yang diteliti.

Pengembangan UMKM menjadi suatu hal yang penting untuk Negeri mengingat tingkat kewirausahaan UMKM di Indonesia saat ini hanya mencapai 3,47 persen, hal ini lebih rendah dibandingkan negara-negara tetangga, seperti Singapura 8,5 persen, Thailand dan Malaysia 4,5 persen. Padahal dibutuhkan minimal 4% dari total jumlah penduduk untuk menjadi negara maju.

UMKM memegang peran penting dalam menggerakkan globalisasi ekonomi di Indonesia, dengan menyumbang sekitar 16 persen untuk ekspor.

UMKM juga terbukti menjadi penyelamat ekonomi nasional dikarenakan agilitas yang lebih tinggi dibanding perusahaan besar, UMKM memiliki kapabilitas untuk bergerak lebih cepat serta lebih fleksibel dalam menyesuaikan zaman. Dengan pengelanaan potensi, kualitas inovasi dan pemberdayaan yang tepat maka dapat membantu para UMKM meningkatkan produktivitas, kinerja serta daya bersaing dalam kancah lokal maupun global.

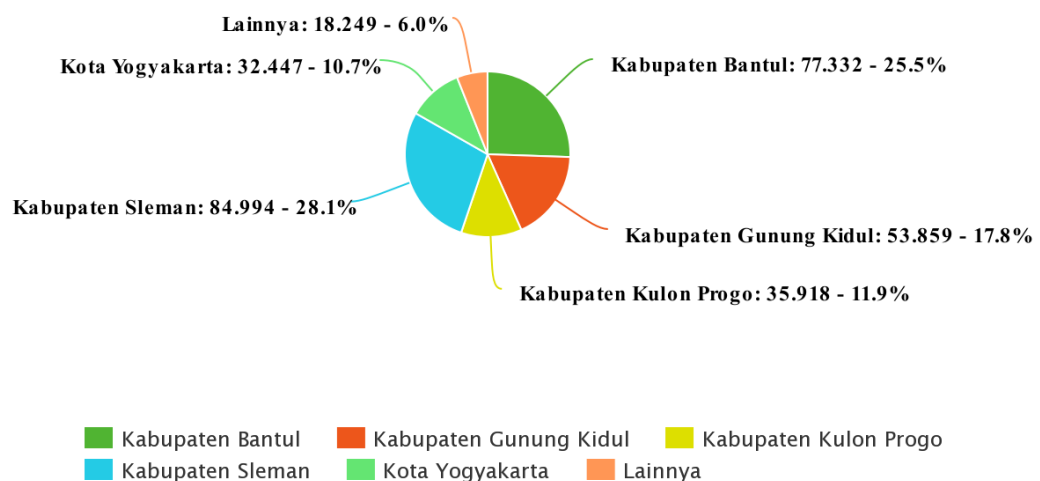
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu elemen penting penopang ekonomi nasional dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2020, terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM dari berbagai macam bidang usaha yang menyerap 97 persen total tenaga kerja dan berkontribusi terhadap 60 persen PDB Nasional. Dengan demikian terbukti bahwa UMKM telah menyumbang kontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Susila 2017), hal itu termasuk UMKM yang bergerak dalam industri kreatif.

UMKM di subsektor kerajinan menyumbang peran yang cukup besar dalam industri kreatif. Tiga sub sektor dengan kontribusi terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif tahun 2016 yaitu sub sektor kuliner, fesyen, dan kriya dengan persentase kuliner 41,40 persen, fesyen 18,01 persen, dan kriya dengan 15,4 persen (Bekraf 2018). Hal ini menandakan bahwa industri kreatif salah satunya subsektor kriya tidak bisa dianggap remeh. Sub sektor kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, kulit, logam, keramik, tekstil, dan kaca (Kemenparekraf 2018).

Kreativitas para pelaku industri dan bahan baku material yang melimpah menjadi faktor utama dibalik majunya sub sektor ini.

Selain membutuhkan inovasi, UMKM Industri kerajinan, terutama kerajinan tangan sering kali menjumpai masalah penjagaan kualitas dikarenakan dikerjakan oleh masing-masing tangan para pengrajin, sehingga dibutuhkan sistem penjagaan kualitas yang terstruktur dan jelas untuk meningkatkan profitabilitas, dan efisiensi produksi yang akhirnya akan meningkatkan kinerja UMKM.

Indonesia memiliki banyak pelaku seni kriya atau kerajinan dengan jiwa kreativitas tinggi yang tersebar di seluruh negeri, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2021 di D.I Yogyakarta sendiri terdapat sebanyak 302.799 UMKM yang tersebar di beberapa wilayah sebagai berikut:



meta-chart.com

Gambar 1.1
Persebaran UMKM D.I Yogyakarta

UMKM menjadi penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Bantul (BPS 2019). Adapun nilai kontribusi sektor UMKM terhadap PDBR yaitu sebesar 15,18 persen. Diikuti oleh sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, serta penyedia akomodasi dan makan minum dengan nilai masing-masing sebesar 13,07 persen dan 11,92 persen.

Desa Wisata Krebet yang berlokasi di Kabupaten Bantul, DIY memiliki industri kerajinan kreatif yang khas dan unik yaitu produk kerajinan batik dengan kayu sebagai bahan dasarnya, atau disebut juga batik kayu (Widyastuti dkk 2019). Berikut daftar UMKM batik kayu yang berada di Desa Wisata Krebet:

No.	Nama Usaha	Lama Usaha	No.	Nama Usaha	Lama Usaha
1	Sanggar Mahameru	> 10 tahun	24	Punokawan	> 10 tahun
2	Sari Mekar	> 10 tahun	25	Unggar Jati	> 10 tahun
3	Surahno Batik	1 - 5 tahun	26	Bayu Aji	> 10 tahun
4	Yuan Craft	6 - 10 tahun	27	Sumadio Lancar	> 10 tahun
5	Art Gallery	> 10 tahun	28	Sanggar Nakula	> 10 tahun
6	Bagong Wood Art	> 10 tahun	29	Sanggar Batik Tyas	> 10 tahun
7	Wood Art Creative	> 10 tahun	30	Awallu's Project	> 10 tahun
8	Devia Art	1 - 5 tahun	31	Mayza Art	6 - 10 tahun
9	Sanggar Dewi Sri	> 10 tahun	32	Raja Kembar	6 - 10 tahun
10	Sanggar Rama-Shinta	> 10 tahun	33	Sekar Melati	6 - 10 tahun
11	Batik Erlangga	6 - 10 tahun	34	Jaka Tingkir	> 10 tahun
12	Sanggar Estu Batik	6 - 10 tahun	35	Enggar Batik	10 tahun
13	Batik Sungging	> 10 tahun	36	Akbar Jaya	3-5 tahun

No.	Nama Usaha	Lama Usaha	No.	Nama Usaha	Lama Usaha
14	Nagita Batik	6 - 10 tahun	37	Sanggar Teratai	6-10 tahun
15	Tamarine Craft	6 - 10 tahun	38	Sumadi Craft	6-10 tahun
16	Seno Craft	> 10 tahun	39	Sri Rejeki	>10 tahun
17	Sido Dadi	> 10 tahun	40	Roto Craft	3-5 tahun
18	Mifta Handycraft	> 10 tahun	41	Yanto Batik	6-10 tahun
19	Sanggar Rini	> 10 tahun	42	Wisma Kreasi	6-10 tahun
20	Hasta Aji	1 - 5 tahun	43	Sestu Batik	3-5 tahun
21	Aditya Batik	> 10 tahun	44	Azza Batik	3-5 tahun
22	Kanjeng Muni	> 10 tahun	45	Sanggar Arjuna	6-10 tahun
23	Carissa kumara	6 - 10 tahun			

Tabel 1.1

Data Pengrajin Batik Kayu Krebet

Terdapat sekitar 45 UMKM batik kayu di Desa Krebet yang masih bertahan hingga sekarang. Desa Krebet sendiri merupakan salah satu pelopor pembuatan kerajinan batik kayu. Batik Kayu buatan Desa Krebet memiliki keistimewaan tersendiri, yaitu lebih halus serta berwarna lebih cerah dibandingkan batik kayu buatan tempat lain. Batik kayu ini dibuat dari bahan yang mentah dan kering. Kayu sengon, kayu jati, dan kayu pule adalah jenis-jenis kayu yang biasa dijadikan bahan baku pembuatan Batik Kayu ini. Kayu - kayu tersebut dipilih berdasarkan keunggulan dan kesesuaiannya dengan rangka struktur kerajinan yang akan dibuat.

Lalu kayu diukir dengan berbagai pola dan bentuk. Setelah ukiran jadi, selanjutnya diampas, kemudian dibatik dan diwarnai dengan naphthol, pewarna batik, cat sungging, atau indigosol. Motif yang biasanya digunakan dalam produk

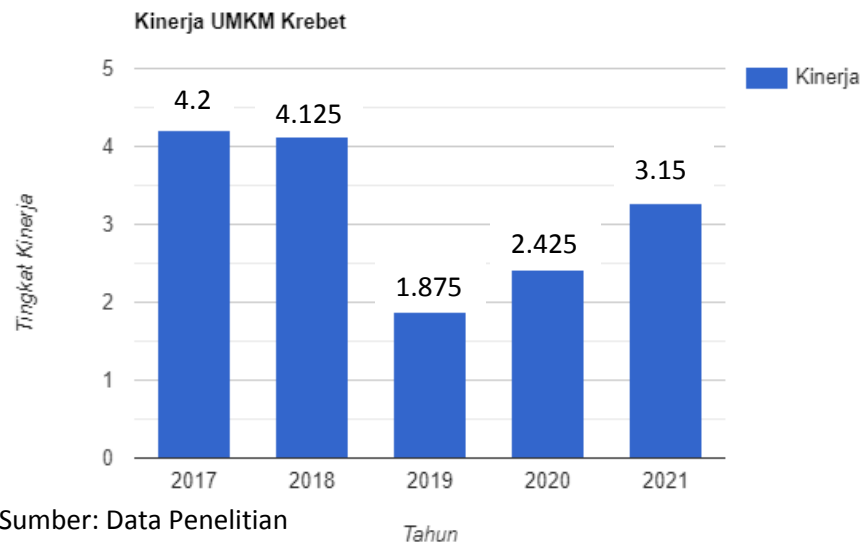
batik kayu Krebet adalah motif kawung, sidomukti, parang rusak, garuda, parang barong, hingga sidorahayu. Pengerjaan barang-barang kerajinan batik kayu seluruhnya dibuat secara *handmade* secara manual langsung oleh pengrajin menggunakan tangan.

Keistimewaan batik kayu Krebet tidak hanya memikat masyarakat lokal namun hingga ke mancanegara, sehingga batik kayu Krebet berhasil menembus pasar luar negeri. Melihat potensi bisnis yang menarik, usaha-usaha yang bersaing di bidang yang sama pun banyak bermunculan (Sugiarto 2016). Beberapa daerah lain mulai ikut memproduksi batik kayu, seperti halnya di Desa Krebet.

Menyikapi hal tersebut, para pelaku UMKM batik kayu Krebet menadopsi beberapa cara agar dapat meningkatkan kinerja dan mempertahankan daya saing, seperti melakukan inovasi pemasaran melalui daring, inovasi batik kayu pada media barang pakai sehari-hari, mengadopsi penggunaan alat otomatis untuk mempercepat pengumpulan bahan baku, melakukan pengelolaan kualitas, menerapkan standar kualitas dan melakukan pelatihan untuk para pengrajin.

Pandemi Covid-19 yang bermula pada tahun 2019 yang masih berlanjut hingga saat penelitian ini dilakukan, berdampak besar pada penurunan kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu Krebet secara signifikan dikarenakan aktivitas masyarakat yang dibatasi serta konsumsi masyarakat yang menurun secara keseluruhan. Walau para UMKM tersebut berangsur-angsur memulihkan keadaan mereka, namun karena keterbatasan biaya dibutuhkan prioritas strategi peningkatan kinerja perusahaan, maka para UMKM sangat membutuhkan pengetahuan akan

pengaruh penerapan variable yang terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kinerja. Berikut data kinerja UMKM batik kayu Krebet tahun 2017 - 2021:



Gambar 1.2

Kinerja UMKM Batik Kayu Krebet tahun 2017 – 2021

Dampak signifikan dari Pandemi Covid-19 tercermin pada penurunan kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu Krebet hampir sebesar 2.5 persen pada tahun 2019 secara.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dirasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap variable-variabel seperti *Total Quality Management* dan inovasi yang di adopsi UMKM untuk meningkatkan kinerja-nya, agar dapat mengetahui pengaruh dari variable-variabel tersebut terhadap peningkatan kinerja perusahaan, serta mempermudah UMKM menentukan skala prioritas penerapan strategi bisnis kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh terhadap inovasi pada UMKM Batik Kayu di Kreet?
2. Apakah *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet?
3. Apakah inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet?
4. Apakah *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet yang dimediasi oleh inovasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka diperoleh tujuan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi pada UMKM batik kayu yang ada di Desa Kreet, Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu yang ada di Desa Kreet, Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu yang ada di Desa Kreet, Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet yang dimediasi oleh inovasi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna, antara lain:

1. Bagi Pemilik UMKM

Dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi bagi UMKM Batik Kayu yang ada di Kreet, Yogyakarta dalam upaya peningkatan kualitas produk dan kinerja perusahaannya agar dapat terus bertahan dan bersaing.

2. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sebagai rujukan, referensi atau sumber informasi untuk keperluan penelitian kedepan-nya yang memiliki topik serupa dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kinerja Perusahaan

Rue dan Byard (1997) memaparkan bahwa kinerja perusahaan adalah suatu pencapaian perusahaan yang diukur dari hasil-hasil kinerja selama periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan menguji kinerja pasar dan keuangan, kepuasan pelanggan, kinerja operasional, kinerja pemasok, dan mitra bisnis, dan hasil-hasil sumber daya manusia (Gaspersz 2005). Kinerja perusahaan merupakan prestasi perusahaan yang dihasilkan melalui bagaimana cara perusahaan beroperasi sehari-hari. Baik buruknya kinerja perusahaan terdapat pada kemampuan perusahaan memilih langkah yang tepat dalam menjalankan kegiatan operasional, bisnis, maupun dalam merespon perubahan.

Perbaikan secara berkesinambungan terhadap kemampuan sumber daya manusia, lingkungan, dan proses merupakan salah satu bentuk kinerja perusahaan dalam menghasilkan kualitas produk dan jasa dengan efisien (Suartina dkk 2019). Menurut (Hassan *et al* 2013) berpendapat bahwa kinerja perusahaan berfokus pada kinerja kualitas dan kinerja operasional perusahaan, kinerja organisasi berkaitan dengan kepuasan pelanggan, kualitas output, produktivitas, moral karyawan dan kinerja pengiriman. Kinerja perusahaan dapat diukur dalam kinerja organisasi dan kinerja operasional. Keuntungan bersih, Pertumbuhan pendapatan, rasio

profitabilitas dan *return of asset* (ROA), serta faktor non-finansial seperti investasi dalam penelitian dan pengembangan, juga kemampuan perusahaan mengembangkan keunggulan bersaing merupakan hal yang diukur dalam kinerja organisasi. Sedangkan kinerja operasional mengukur hal-hal yang berkaitan langsung dengan tindakan internal yang diambil dalam kegiatan operasional perusahaan seperti meningkatkan kualitas produk, perbaikan kinerja pengiriman, pengurangan pemborosan dan biaya, peningkatan produktivitas, dan pengembangan produk baru (Brah dan Lim 2006).

Menurut (Sutrisno 2019) dalam penelitian terdahulu mengadaptasi teori *Balanced Scorecard* dari Kaplan dan Norton lalu merumuskan Kinerja keuangan, Kinerja penjualan, Kepuasan Pelanggan dan Proses internal sebagai faktor-faktor yang menjadi tolak ukur pengukuran kinerja perusahaan. Sedangkan menurut (Tika 2014) yang dikutip dari (Suartina dkk 2019) memaparkan tiga indikator yang dapat menjadi tolak ukur kinerja perusahaan, yaitu:

1. Efisiensi, perbandingan antara apa yang dikeluarkan dan masukan yang didapat organisasi.
2. Tingkat Kepuasan, keberhasilan suatu organisasi dalam usaha memenuhi kebutuhan karyawannya.
3. Keadaptasian, seberapa cepat suatu organisasi menanggapi perubahan eksternal dan internal perusahaan serta cara perusahaan menyikapinya.

2.1.2 *Total Quality Management (TQM)*

Kualitas merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga dan ditingkatkan oleh perusahaan. Seiring dengan perkembangan zaman dan persaingan semakin ketat, maka menyebabkan meningkatnya urgensi perusahaan untuk selalu menjaga dan meningkatkan kualitas, sehingga lahirlah disiplin ilmu yaitu *Total Quality Management (TQM)*.

Menurut Dahlgaard, *et al* (1998) Kualitas adalah bagian dari definisi di mana TQM dapat dikatakan sebagai puncak dari hierarki definisi kualitas:

1. Kualitas: memenuhi harapan pelanggan secara terus-menerus.
2. Kualitas Total: mencapai kualitas dengan biaya yang rendah.
3. Manajemen Kualitas Total: mencapai kualitas total melalui partisipasi dari setiap komponen.

Tuntutan akan kualitas produk dan jasa dengan harga bersaing yang dikemukakan pelanggan semakin meningkat, sehingga perusahaan melakukan peningkatan kualitas serta mengelolanya dengan menerapkan *Total Quality Management (TQM)* untuk memenuhi tuntutan tersebut (Tjiptono dan Diana 2003). *Total Quality Management (TQM)* merupakan filosofi untuk mengelola organisasi yang berfokus pada kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mencapai kesuksesan dalam jangka panjang. Hal ini membutuhkan partisipasi dan keterlibatan aktif serta kerjasama dari semua pihak yang berada di dalam organisasi, hal ini juga

mencakup hampir semua aktivitas dan proses di dalamnya (Russell dan Taylor 2011). Menurut Gaspersz (2011) *Total Quality Management* (TQM) adalah salah satu cara untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara terus menerus pada setiap tingkatan operasi dan proses yang terdapat didalam setiap area fungsional dari suatu organisasi dimana semuanya berasal dari sumber daya manusia dan modal yang tersedia.

Total Quality Management (TQM) menurut Charantimath (2017) merupakan pendekatan bisnis yang melihat produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan secara kritis dalam kaitannya dengan proses untuk menciptakannya. Berfokus juga kepada tenaga kerja dalam rangka memastikan bahwa output yang dihasilkan sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan.

Total Quality Management (TQM) adalah pendekatan dimana perusahaan memaksimalkan daya saingnya dengan melakukan perbaikan terus menerus pada produk dan layanan, proses, serta sumber daya manusianya. Untuk mencapai dan mempertahankan fokus pada kualitas dibutuhkan komitmen jangka panjang yang signifikan dari pihak-pihak dalam organisasi, untuk itu Deming (2000) memaparkan 14 poin prinsip atau konsep inti yang mendasari TQM, yaitu:

1. Menciptakan keteguhan untuk mencapai tujuan menuju peningkatan produk dan layanan, agar dapat berkompetisi, menyediakan pekerjaan serta bertahan dalam bisnis.

2. Mengadopsi filosofi untuk lebih sadar akan tantangan, mempelajari tanggung jawab, dan memimpin untuk perubahan.
3. Menghilangkan ketergantungan dan kebutuhan untuk inspeksi secara massal untuk mencapai kualitas dengan cara membangun kualitas pada produk di tahap awal.
4. Menghentikan menitikberatkan bisnis berdasarkan pada harga, lalu sebagai gantinya meminimalisir total biaya dengan cara bekerja sama dengan pemasok tunggal untuk satu item dan membangun hubungan loyalitas dan kepercayaan jangka panjang.
5. Peningkatan secara terus-menerus (continuous) selamanya terhadap sistem layanan dan produksi, guna meningkatkan kualitas dan produktivitas sehingga dapat menurunkan biaya secara terus-menerus.
6. Lembaga pelatihan dalam tempat kerja.
7. Membangun kepemimpinan lembaga dengan tujuan pengawasan yang dapat membantu alat maupun sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik. Pengawasan manajemen membutuhkan perombakan, serta pengawasan produksi pada sumber daya manusia.
8. Menghapuskan rasa takut agar setiap orang dapat bekerja dengan efektif untuk perusahaan.
9. Hancurkan hambatan antar departemen dan bekerja sebagai tim agar dapat memperkirakan masalah produksi.

10. Menghilangkan himbauan, target, dan slogan nol cacat dan tingkat produktivitas baru bagi sumber daya manusia.
11. Menghapuskan angka kuota di dalam tempat kerja dan menghilangkan tujuan manajemen dengan angka.
12. Menyingkirkan hambatan yang merampok kebanggaan orang akan pengerjaan dan menghapuskan sistem peringkat atau prestasi tahunan serta manajemen yang hanya berdasarkan target angka.
13. Melembagakan program perbaikan diri serta pendidikan yang kuat.
14. Menempatkan seluruh sumber daya manusia dalam perusahaan untuk bergerak mencapai transformasi.

Empat Belas poin Deming tersebut merupakan pandangan akan hal-hal yang patut dilakukan sebuah perusahaan agar dapat bertransisi, mencapai dan mempertahankan fokus pada kualitas yang membutuhkan komitmen jangka panjang yang signifikan dari semua orang di dalam organisasi, terutama pihak pimpinan organisasi.

Dalam penelitian sebelumnya mengenai *Total Quality Management* (TQM) yang dilakukan oleh Yeng *et al* (2018), menggabungkan elemen-elemen TQM yang penting menurut para ahli, yang kemudian dirangkum ke dalam delapan elemen yang dapat dipenuhi guna mencapai tujuan perusahaan, yaitu:

1. Kepemimpinan: Kepemimpinan merupakan salah satu faktor paling penting yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan, pemimpin

perusahaan memegang tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan dan budaya kerja yang sesuai untuk berinovasi, meningkatkan kualitas, serta memastikan keselarasan antara strategi saat ini dengan strategi inovasi kedepannya untuk mencapai kinerja yang inovatif dan kompetitif, selanjutnya dukungan kepemimpinan dari manajemen puncak diharapkan dapat mendorong aktivitas yang mengarah pada pencapaian dan peningkatan sasaran mutu, alokasi sumber daya, dan evaluasi kinerja mutu.

2. Perencanaan strategis: Perencanaan strategis mengacu pada pengembangan dan penyebaran strategi kedepannya yang mencakup perumusan pernyataan visi dan misi, penggunaan atas kendali mutu dan alat manajemen lainnya, penentuan kebijakan mutu, dsb. Dengan sistem perencanaan kualitas strategis yang tepat dapat memperkuat ikatan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemasok serta meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan dan kepuasan pelanggan.
3. Manajemen kualitas pemasok: Manajemen kualitas pemasok berperan untuk menilai kinerja kualitas pemasok serta memperkuat, membangun dan meresmikan kerjasama antara organisasi-pemasok untuk jangka panjang dengan kualitas produk yang menjadi persyaratan dari pemilihan pemasok. Manajemen kualitas pemasok merupakan hal yang penting karena dapat meningkatkan produk atau layanan, daya saing organisasi, sehingga kinerja organisasi ikut meningkat.

4. **Manajemen proses:** Manajemen proses merupakan pendekatan yang sistematis dan terstruktur untuk mengelola, mengoptimalkan, dan mengontrol proses bisnis agar dapat mencapai kualitas, produktivitas, dan inovasi yang diharapkan. Manajemen proses harus berfokus pada pengelolaan proses dan desain proses yang tepat agar dapat mencapai hasil yang diinginkan.
5. **Desain produk dan layanan:** Desain produk dan layanan merupakan seperangkat prosedur dan pengukuran yang saling berkaitan dalam proses pengembangan organisasi untuk mencapai kinerja berkualitas tinggi. Desain produk dan layanan berfokus pada kualitas produk dan kinerja pengiriman produk dan layanan yang dimiliki organisasi dalam hal ketepatan waktu, daya tanggap dan kepuasan pelanggan, serta *error* dan biaya kualitas. Implementasi TQM yang sukses dapat dilihat dari strategi yang melampaui proses dan harus membahas opsi strategi keandalan produk, keunggulan pasar, efisiensi proses, dan efisiensi desain produk.
6. **Manajemen pekerja:** Manajemen pekerja mendorong sumber daya manusia dalam organisasi mengikuti program pelatihan dan pengembangan yang memberdayakan SDM agar mampu dan mahir dalam melaksanakan prosedur operasional guna mengoptimalkan layanan dan proses produksi. Manajemen pekerja menanamkan pemahaman akan pentingnya kualitas produk kepada pekerja sehingga mereka berkomitmen untuk peningkatan kualitas.

7. Manajemen hubungan pelanggan: Manajemen hubungan pelanggan adalah upaya yang *ajeg* dalam menjalin serta menjaga hubungan dekat dengan pelanggan dengan cara memperoleh umpan balik yang konstan dari pelanggan guna memastikan bahwa kebutuhan dan kepuasan mereka telah terpenuhi. Dengan memahami kebutuhan pelanggan saat ini dan memperkirakan kebutuhan pelanggan di masa depan, dapat menghasilkan pelanggan yang lebih loyal dan kinerja organisasi yang lebih tinggi.
8. Informasi dan analisis: Informasi dan analisis adalah hal penting yang diperlukan untuk menghubungkan pelanggan ke tujuan kualitas organisasi serta untuk mendukung aktivitas kualitas. Pengumpulan informasi serta data dari pelanggan dan data tentang pesaing lalu menganalisisnya dapat menyajikan hasil dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk serta kinerja kualitas perusahaan.

TQM merupakan visi yang sangat penting bagi perusahaan. Pemikiran TQM didasarkan atas urgensi strategi agar perusahaan dapat bersaing dan unggul dalam persaingan yang pada masa sekarang tidak hanya terbatas pada persaingan domestik, namun juga global yang diikuti dengan memberikan kualitas yang terbaik. TQM hadir sebagai filosofi yang membantu perusahaan untuk tetap bertahan hidup di era yang semakin maju, dengan memandu perusahaan ke arah yang berfokus pada perbaikan kualitas berkesinambungan, sehingga dalam jangka panjang dapat memberikan

banyak manfaat bagi perusahaan seperti efisiensi biaya kualitas, peningkatan keuntungan perusahaan, peningkatan kinerja sumber daya perusahaan, menciptakan keunggulan bersaing, menjalin hubungan loyal dengan pelanggan, mitra maupun pemasok, serta meningkatkan kinerja perusahaan. Implementasi *Total Quality Management* dapat mendukung perusahaan agar memiliki kinerja perusahaan yang efisien dan mampu bersaing. Penerapan TQM memiliki beberapa tujuan, diantaranya adalah: (1) memastikan jalannya kepemimpinan dan menempatkan proses serta sistem perusahaan sehingga agar peluang keberhasilan perusahaan meningkat, (2) mencegah adanya kesalahan menjadi seminimal mungkin hingga nol dan mencegah adanya pemborosan atau duplikasi usaha, (3) mempererat hubungan antara perusahaan dengan stakeholder sehingga timbul loyalitas jangka panjang, dan (4) melakukan *continuous improvement* pada kualitas maupun keseluruhan aktivitas bisnis guna meningkatkan keunggulan bersaing, peluang inovasi, serta kinerja perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan manfaat dari penerapan yaitu: (1) meningkatnya loyalitas pekerja (2) efisiensi proses (3) lebih banyak peluang untuk menumbuhkan inovasi dan keunggulan bersaing (4) biaya lebih rendah (5) kepuasan pelanggan.

2.1.3 Inovasi

Makna “inovasi” berasal dari akar kata Latinnya, *nova*, yang berarti baru. Umumnya hal ini diartikan sebagai pengenalan hal atau metode baru.

Perusahaan berusaha melakukan inovasi untuk motivasi dan alasan yang berbeda-beda, salah satu penggerak utamanya adalah mengembangkan dan memperkuat keunggulan kompetitif (Bon *et al*, 2012). Inovasi merupakan kemampuan yang dinamis, yaitu pola stabil dari aktivitas kolektif yang dipelajari melalui cara organisasi secara sistematis menghasilkan dan memodifikasi rutinitas operasinya dalam mengejar peningkatan efektivitas (Zollo dan Winter, 2002).

(Charantimath 2017) memaparkan bahwa Inovasi adalah perwujudan, kombinasi, atau sintesis pengetahuan dalam produk, proses, atau layanan baru yang orisinal, relevan, dan bernilai. Inovasi merupakan adaptasi sistem terhadap perubahan kondisi lingkungan, serta merupakan faktor kunci bagi organisasi yang ingin bertahan dan berkembang. Pada umumnya, inovasi dapat membantu perusahaan untuk menciptakan segmen pasar baru, meningkatkan alat produksi dan metode untuk berinovasi dalam produk dan layanan baru untuk meningkatkan gaya hidup manusia sehari-hari (Kanji dan Wallace, 2000). Perusahaan yang cenderung lebih terbuka untuk berinovasi dan menciptakan produk dan layanan terbaru dapat melebihi ekspektasi pelanggan (Prajogo dan Sohal, 2004).

Menurut (Crossan dan Apaydin, 2009) Inovasi memiliki dua bagian, yaitu:

1. Proses untuk menciptakan ide dan menerapkannya dengan benar.
2. Hasil yang merupakan hasil akhir dari implementasi.

Proses adalah cara dan teknik dimana sebuah ide dibuat dan diimplementasikan, sedangkan hasilnya adalah produk, layanan atau proses bisnis.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2005), membedakan inovasi kedalam empat kategori berikut: inovasi pemasaran, inovasi organisasi, inovasi produk, dan inovasi proses.

Inovasi pemasaran didefinisikan sebagai penerapan praktik pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain, distribusi, promosi atau penetapan harga suatu produk atau layanan (Purchase dan Volery 2020). Inovasi pemasaran merupakan salah satu hal penting yang diperlukan untuk meningkatkan peluang keberhasilan suatu perusahaan. Ada dua alat yang dapat digunakan dalam inovasi pemasaran (Sunarto 2004), antara lain:

1. Iklan, merupakan pesan melalui media yang memuat tentang penawaran produk kepada pelanggan atau konsumen yang bertujuan agar pesan yang telah disampaikan dapat membuat pelanggan sadar mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan tersebut.

Terdapat empat tipe iklan, yaitu:

- a) Iklan Informatif: iklan yang bersifat lebih edukasional, yang memuat lebih banyak informasi seputar produk, kegunaan, efek, dan biasanya digunakan saat mulai memperkenalkan suatu kategori produk baru sehingga diharapkan dapat

membangun pengetahuan pelanggan akan produk tersebut dan membangun permintaan awal.

- b) Iklan Persuasif: iklan yang bersifat *hard selling*, membujuk atau berfokus pada menjual suatu produk, sehingga menonjolkan manfaat dan kelebihan dari suatu produk serta sering kali dipadukan dengan terobosan baru pada produk.
- c) Iklan Perbandingan: iklan yang bersifat membandingkan, dimana perusahaan secara langsung maupun tidak langsung menonjolkan perbandingan keunggulan produknya dibandingkan dengan produk pesaing.
- d) Iklan Pengingat: iklan yang bersifat *recalling* suatu produk atau *brand*, tujuannya adalah untuk membuat suatu produk atau *brand image* terus melekat di ingatan pelanggan.

2. Promosi, merupakan cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai upaya peningkatan nilai jual suatu produk. Ada beberapa alat yang dapat digunakan untuk melakukan promosi, yaitu:

- a) Sampel (*tester*): merupakan sejumlah kecil dari produk yang ditawarkan untuk dicoba.
- b) Kupon: merupakan potongan harga yang ditawarkan untuk pembelian produk tertentu atau dalam jumlah tertentu, biasanya diberikan dalam bentuk potongan kertas berisi kupon atau kupon elektrik.

- c) Tawaran pengembalian uang (*cashback*): merupakan pengembalian sejumlah uang dari pembelian pada saat setelah melakukan transaksi.
- d) Paket harga: merupakan penawaran harga dari paket atau gabungan produk tertentu sehingga lebih murah.
- e) Hadiah: merupakan barang gratis atau barang yang bisa dibeli dengan harga miring sebagai insentif dari pembelian suatu produk.
- f) Penghargaan atas kesetiaan (*loyalty reward*): merupakan *reward* atau hadiah berupa uang tunai, produk, maupun hadiah lain yang ditawarkan bagi pelanggan setia dari suatu produk atau jasa perusahaan secara reguler.
- g) Promosi *point of purchase*: merupakan promosi dari produk seperti display dan peragaan yang terletak di dekat kasir.
- h) Kontes, undian, dan permainan: merupakan kontes, permainan atau undian yang meminta partisipasi dari pelanggan untuk ikut serta dengan syarat pembelian tertentu, sehingga memberikan peluang kepada pelanggan agar dapat memenangkan hadiah seperti produk, uang tunai, perjalanan liburan, kupon, dsb.

Menurut (Hipp, *et al* 2000) inovasi dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi produk didefinisikan sebagai bentuk pengenalan yang ditingkatkan pada produk

atau layanan baru (Hanh dan Siengthai 2014). Inovasi dapat diimplementasikan dalam bentuk produk baru di pasar atau modifikasi produk yang sudah ada (Noor dkk 2018). Inovasi Produk Dapat Didorong Oleh Pasar dan Teknologi (Heizer, *et al* 2017). Burgelman, *et al* (2009) mengemukakan bahwa inovasi produk yakni menciptakan barang atau jasa baru atau memperbaiki barang atau jasa yang sudah ada. Harapan pelanggan dapat dengan mudah dipenuhi ketika organisasi menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan inovatif.

(Kotler dan Amstrong 2004) menjelaskan bahwa terdapat beberapa atribut yang melekat dalam inovasi produk yaitu:

1. Kualitas produk: kualitas produk diukur dari kapabilitas suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, meliputi presisi, daya tahan, dan kehandalan yang dihasilkan.
2. Varian produk: varian produk dapat menjadi salah satu sarana kompetitif yang membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk perusahaan dengan produk pesaing.
3. Gaya, desain dan rancangan produk: gaya, desain dan rancangan produk merupakan hal yang krusial bagi sebuah produk untuk menarik minat pelanggan dan sebagai dengan produk pesaing. Namun desain produk merupakan konsep yang lebih besar dari gaya. Gaya hanya merepresentasikan tampilan luar dari sebuah produk, sedangkan desain produk merupakan ciri khas yang meliputi

penampilan dan fungsi suatu produk. Sehingga dapat menarik juga memenuhi kebutuhan pelanggan dari sisi fungsionalnya.

Inovasi produk seringkali didasari oleh perubahan permintaan pasar dan kompetitor. Menurut (Kotler dan Keller 2007), terdapat enam jenis dari inovasi produk, yaitu:

1. Produk yang sama sekali baru bagi dunia: merupakan suatu produk yang benar-benar baru, dimana belum ada produk sejenis yang pernah diciptakan oleh siapapun, sehingga juga mampu menciptakan pasar yang baru.
2. Lini produk baru: merupakan peluncuran produk baru yang dapat memberikan perusahaan peluang untuk memasuki pasar yang sudah ada, sehingga dapat mempengaruhi penentuan pilihan produk pelanggan dengan lini produk baru.
3. Tambahan lini produk yang telah ada: melengkapi atau menambah suatu lini produk perusahaan dengan produk-produk baru sehingga menambah variasi produk yang dapat dipilih pelanggan.
4. Penyempurnaan produk yang telah ada: merupakan produk yang telah disempurnakan yang memberikan kinerja, nilai dan kegunaan lebih baik dari produk sebelumnya sehingga dapat menggantikan produk yang telah ada.
5. Penentuan kembali: merupakan upaya memperluas pasar dan memperoleh pelanggan atau pangsa pasar baru demi meningkatkan

penjualan dengan mengarahkan atau memasarkan produk yang telah ada ke pasar atau segmen pasar yang baru.

6. Pengurangan biaya: merupakan produk baru yang menawarkan harga yang lebih rendah dengan kegunaan atau kinerja yang serupa agar terjadi peningkatan volume penjualan suatu produk.

Inovasi produk perusahaan dapat menjadi penentu faktor internal (seperti jenis strategi, kepemimpinan, sistem kinerja, perusahaan, struktur, manajemen sumber daya manusia dan komunikasi) atau faktor eksternal (seperti lingkungan regional dan industri) (Kafetzopoulos, *et al* 2015).

Sedangkan inovasi proses dapat diartikan sebagai implementasi dan perubahan metode menghasilkan produk atau jasa (Harrington 1991). Inovasi proses sebagai peran vital dalam pengelolaan suatu organisasi (Camisón dan Puig-Denia, 2015). Inovasi proses, di sisi lain, fokus pada peningkatan efektivitas dan efisiensi produksi (Tarafdar dan Gordon, 2007). Inovasi proses merupakan proses yang ditingkatkan sesuai kebutuhan untuk memuaskan dan menciptakan peningkatan nilai bagi semua pemangku kepentingan. Upaya inovasi proses untuk mendesain ulang atau meningkatkan bisnis proses untuk meningkatkan efisiensi bisnis dan kepuasan pelanggan (Bi, *et al* 2006).

Menurut (Jayaram, *et al* 2013), terdapat tiga indikator inovasi proses dalam meningkatkan proses produksi dalam menghasilkan suatu produk, yaitu:

1. Keandalan proses produksi dan teknologi.
2. Efisiensi dan kecepatan proses produksi.
3. Berusaha menjaga proses produksi di depan pesaing.

Dengan demikian, inovasi proses termasuk metode kerja baru yang lebih baik dalam segi proses yang berusaha untuk memodifikasi proses saat ini, atau penciptaan proses baru yang difokuskan pada peningkatan efektivitas dan efisiensi produksi (Štefanić, *et al* 2012).

2.1.4 UMKM

Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dibentuk dan dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil hingga menengah yang bergerak di sektor ekonomi. UMKM menyumbang andil yang sangat besar dalam kemajuan perekonomian Indonesia (Susilo dkk, 2008). Letak Perbedaan dari usaha mikro, kecil, menengah, dan besar terdapat pada nilai modal awal (di luar bangunan dan tanah), pendapatan omzet rata-rata per tahun, dan jumlah pekerja tetap.

UU No.20 Tahun 2008 mendefinisikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagai berikut :

1. Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau suatu badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana telah diatur dalam UU No.20 Tahun 2008.
2. Usaha kecil merupakan kegiatan usaha yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha dimana badan usaha tersebut berdiri sendiri dan bukan merupakan bagian dari cabang perusahaan atau anak perusahaan yang dikuasai, dimiliki, ataupun menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari unit usaha lain baik usaha menengah maupun besar yang telah memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam UU No.20 Tahun 2008.
3. Usaha menengah merupakan kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau suatu badan usaha dimana badan usaha tersebut berdiri sendiri dan bukan merupakan cabang perusahaan atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai maupun menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari unit usaha lain baik usaha menengah maupun besar yang telah memenuhi kriteria usaha menengah yang dimaksud dalam UU No.20 Tahun 2008.

Terdapat berbagai macam bentuk dari UMKM, diantaranya adalah perusahaan perorangan, persekutuan (seperti CV dan firma), dan perseroan terbatas. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, Bidang usaha

UMKM secara umum dibagi kedalam dua kelompok besar yaitu Pertanian dan Nonpertanian. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 membagi UMKM menjadi tiga golongan yang didasari oleh jumlah omzet tahunan dan jumlah aset bersih (diluar tanah maupun bangunan) sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang di atas sebagai berikut:

1. Usaha Mikro
 - a. Memiliki Kekayaan bersih (diluar tanah maupun bangunan) kurang dari atau senilai Rp 50.000.000,00.
 - b. Memiliki omzet tahunan kurang dari atau senilai Rp 300.000.000,00.
2. Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih (diluar tanah maupun bangunan) lebih dari Rp 50.000.000,00 hingga paling banyak Rp 500.000.000,00.
 - b. Memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 hingga paling banyak Rp 2.500.000.000,00.
3. Usaha menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih (diluar tanah maupun bangunan) lebih dari Rp 500.000.000,00 hingga paling banyak Rp 10.000.000.000,00.
 - b. Memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 hingga paling banyak Rp 50.000.000.000,00.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan dalam penelitian ini guna menjadi referensi dan melengkapi pustaka dalam penyusunan penelitian ini, berikut penelitian yang sejalan dengan penelitian ini:

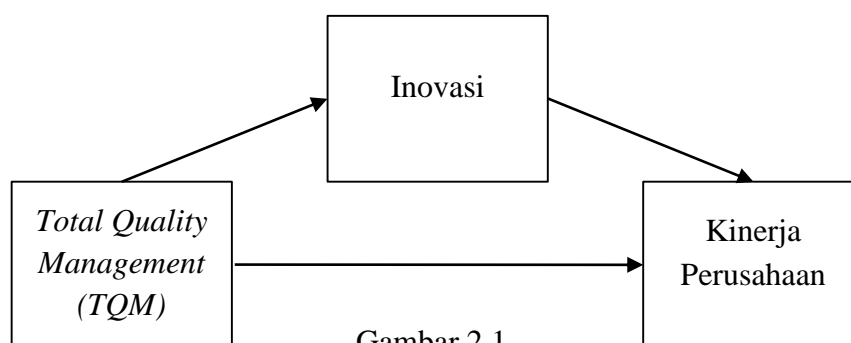
No.	Keterangan	Penelitian Terdahulu I	Penelitian Terdahulu II	Penelitian Terdahulu III	Penelitian Terdahulu IV	Penelitian Sekarang
1.	Judul	<i>The relationship between innovation and Total Quality Management and the innovation effects on organizational performance</i>	<i>Total Quality Management in Indian Manufacturing SMEs</i>	<i>The influence of Total Quality Management toward organization performance</i>	<i>Investigating The Mediating Role Of Service Innovation In Firm Performance: An Empirical Research</i>	Pengaruh <i>Total Quality Management (TQM)</i> Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Inovasi
2.	Penulis	Marina Godinho Antunes, Joaquín Texeira Quirós, dan Maria do Rosário Fernandes Justino	Saumyaranjan Sahoo dan Sudhir Yadav	Yuni Pambreni, Ali Khatibi, SM Ferdous Azam, dan Jacqueline Tham	Arif Mohammad Arshad, Jie Wang, Qin Su	Khairunnisa Afifah Yusman
3.	Tahun	2016	2018	2019	2016	2022
4.	Objek Penelitian	287 UKM di Portugis.	127 UKM manufaktur di India.	350 UKM sektor jasa di Selangor, Malaysia.	190 perusahaan bersertifikat ISO dari industri jasa keuangan, Pakistan.	40 UKM Kerajinan Batik Kayu, Krebet, D.I. Yogyakarta.
5.	Variabel	1. <i>Total Quality Management</i> (kepemimpinan, fokus pelanggan, benchmarking, keterlibatan karyawan, pengembangan/pelatihan,	1. <i>Total Quality Management (TQM)</i> (Desain Produk Lintas Fungsional, Process Quality Management,	1. <i>Total Quality Management (TQM)</i> (fokus pelanggan, perbaikan terus-menerus, berbasis strategis, dan total	1. <i>Total Quality Management (TQM)</i> (Dukungan Manajemen Puncak, Fokus Pelanggan, Peningkatan Berkelanjutan	1. <i>Total Quality Management</i> (kepemimpinan, fokus pelanggan, benchmarking, keterlibatan karyawan, pengembangan/pelatihan,

No.	Keterangan	Penelitian Terdahulu I	Penelitian Terdahulu II	Penelitian Terdahulu III	Penelitian Terdahulu IV	Penelitian Sekarang
6.		<p>kualitas/desain produk, pengukuran hasil, perbaikan berkelanjutan)</p> <p>2. Inovasi (inovasi proses dan inovasi produk)</p> <p>3. Kinerja Organisasi (kinerja keuangan dan kinerja operasional)</p>	<p>Pemberdayaan Kualitas, Pelatihan karyawan dalam organisasi, dan Penggunaan Informasi Kualitas)</p> <p>2. Kinerja Perusahaan (Kinerja Desain, Kualitas Proses, Kualitas produk dan Kepuasan pelanggan)</p>	<p>keterlibatan karyawan)</p> <p>2. Kinerja Organisasi (fokus pelanggan, perbaikan terus-menerus, berbasis strategis, dan total keterlibatan karyawan)</p>	<p>Kualitas Sistem Informasi, Penggunaan ICT, Berbagai Pengetahuan, Budaya Layanan)</p> <p>2. Inovasi Layanan (inovasi proses dan inovasi produk)</p> <p>3. Kinerja Perusahaan (Kinerja Keuangan dan Kinerja Non-Keuangan)</p>	<p>2. kualitas/desain produk, pengukuran hasil, perbaikan berkelanjutan)</p> <p>3. Inovasi (inovasi proses, inovasi produk, dan inovasi pemasaran)</p> <p>4. Kinerja Perusahaan (Kinerja Desain, Kualitas Proses, Kualitas produk dan Kepuasan pelanggan)</p>
7.	Alat Analisis	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Partial Least square (PLS)</i>	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	<i>Partial Least square (PLS)</i>
8.	Populasi Penelitian	946 UKM di Portugis.	UKM manufaktur dari berbagai macam industri.	2.308 UKM sektor jasa di Selangor, Malaysia.	300 perusahaan bersertifikat ISO dari industri jasa keuangan, Pakistan.	45 UKM Kerajinan Batik Kayu, Krebet, D.I. Yogyakarta.
9.	Hasil	Penelitian ini menyajikan temuan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi inovasi proses mengalami peningkatan kinerja, baik secara	Hasil penelitian ini menyajikan temuan bahwa praktik TQM memiliki pengaruh positif terhadap variabel kinerja organisasi, serta ditemukan beberapa	Penelitian ini membuktikan bahwa semua secara positif sesuai dengan model konseptual terdapat dampak positif TQM terhadap kinerja organisasi. Hasil	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa TQM memiliki pengaruh langsung positif terhadap inovasi layanan; demikian juga, hubungan	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa TQM memiliki pengaruh positif terhadap inovasi dan kinerja perusahaan, sedangkan inovasi tidak memiliki

No.	Keterangan	Penelitian Terdahulu I	Penelitian Terdahulu II	Penelitian Terdahulu III	Penelitian Terdahulu IV	Penelitian Sekarang
10.		operasional dan finansial, sedangkan inovasi produk hanya memberikan peningkatan kinerja keuangan organisasi. Ditemukan juga bahwa praktik TQM mendorong definisi strategi inovasi produk dan proses. Dan ada hubungan yang signifikan secara statistik antara inovasi produk dan penerapan praktik TQM.	hambatan yang signifikan dalam adopsi penerapan praktik TQM dalam UKM, diantaranya pengetahuan yang kurang memadai, kurangnya kemauan dari manajemen, kembali ke cara lama dalam bekerja, dan kurangnya anggaran.	penelitian menunjukkan bahwa unsur-unsur TQM; yaitu fokus pelanggan, perbaikan terus-menerus, berbasis strategis, dan total keterlibatan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi.	positif dan kuat diamati mengenai tingkat pelaksanaan TQM dan kinerja organisasi. Terakhir, ditemukan bahwa peran mediasi inovasi layanan, praktik TQM juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Hasil juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara inovasi layanan dan kinerja perusahaan, terutama inovasi proses.	pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Lalu efek mediasi inovasi antara variabel TQM dan kinerja perusahaan lebih kecil dari pengaruh langsung TQM terhadap kinerja perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran diperlukan dalam penelitian ini sebagai dasar hipotesis guna memperjelas apa yang akan di analisis, serta hipotesis hubungan antar variabel. Berikut kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:



Kerangka Penelitian

Penelitian ini menguji hubungan antara TQM sebagai variabel independen, inovasi sebagai variabel intervening, dan kinerja sebagai variabel dependen. Serta menguji efek mediasi dari inovasi antara hubungan TQM dengan kinerja perusahaan.

2.3.1 Pengaruh *Total Quality Management (TQM)* terhadap Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan sebuah proses manajemen maupun suatu organisasi secara keseluruhan dalam periode tertentu dimana hasil kerja tersebut dapat dibuktikan dan diukur. Menurut Feigenbaum (1986), penerapan *Total Quality Management (TQM)* dapat membantu perusahaan mencapai pengurangan kesalahan bagi pelanggan, peningkatan penjualan dan pertumbuhan pendapatan, menciptakan perencanaan yang lebih baik, fokus eksternal dan internal yang lebih

baik, desain yang lebih baik, memperkuat proses yang lemah dan melindungi area yang kuat, memberikan keunggulan bagi organisasi atas pesaing, yang pada akhirnya akan memberi efek pada peningkatan kinerja perusahaan.

TQM telah digambarkan sebagai cara berpikir baru tentang manajemen organisasi, cara yang komprehensif untuk meningkatkan kinerja dan kualitas organisasi secara total (Spencer 1994). Hasil penelitian dilakukan oleh Malik dkk (2019) menunjukkan bahwa praktik TQM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja perusahaan antara perusahaan yang menerapkan TQM dan dengan yang tidak menerapkan TQM. Hasil tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya oleh Putriama dkk (2013) yang memaparkan hasil bahwa TQM memiliki hubungan yang positif dengan kinerja perusahaan, yang artinya penerapan TQM secara konsisten pada perusahaan mampu meningkatkan kinerja perusahaan lewat peningkatan kualitas, inovasi, fokus terhadap kepuasan pelanggan, hubungan loyal dengan pemasok, peningkatan kinerja karyawan dan efektivitas biaya serta proses.

2.3.2 Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi

Beberapa studi empiris telah menyimpulkan bahwa praktik TQM membantu mengembangkan kemampuan inovasi (Bessant *et al* 1994, (Perdomo-Ortiz *et al* 2006 dan Lee *et al* 2010) serta hasil inovasi (Prajogo dan Hong 2008) dalam perusahaan. Samaha (1996) berpendapat bahwa TQM berfokus pada mengidentifikasi proses kerja yang perlu diperbaiki atau diganti untuk menemukan cara baru dan lebih efisien dalam melakukan bisnis dan dengan cara ini konsep TQM mendukung inovasi. TQM-Inovasi sangat penting untuk membangun kompetensi perusahaan serta memperoleh daya saing berkelanjutan yang lebih besar keuntungan di pasar (Shan *et al*, 2016).

2.3.3 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan

Inovasi dapat memberikan dampak besar pada kinerja organisasi dengan memungkinkan posisi yang lebih baik di pasar, yang pada gilirannya akan

meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang unggul. Menurut (Prajogo 2015) berpendapat bahwa keberhasilan inovasi produk dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan proses inovasi mereka dengan cepat menjadi syarat yang penting untuk membangun keunggulan kompetitif dan pertumbuhan jangka panjang. Beberapa penelitian terdahulu (Soreshjany dan Dehkordi 2014, Antunes 2016, Miranda *et al* 2014, Lorente dan Costa 2008) memaparkan bahwa praktik inovasi telah terbukti secara signifikan terkait dengan kinerja perusahaan.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan, tinjauan pustaka, dan landasan teori yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi pada UMKM Batik Kayu di Kreet.
2. Terdapat pengaruh positif *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet.
3. Terdapat pengaruh positif inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet.
4. Terdapat pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Batik Kayu di Kreet yang dimediasi oleh inovasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Rancangan penelitian dapat didefinisikan sebagai rencana menyeluruh dari suatu penelitian yang mencakup aktivitas yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari membuat hipotesis secara operasional sampai pada analisa akhir dari data yang diperoleh, selanjutnya disimpulkan dan diberi rekomendasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang didasari oleh data yang dapat dihitung sehingga menghasilkan perhitungan kuantitatif yang akurat. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019) adalah metode penelitian yang didasari filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang digunakan bersifat statistik atau kuantitatif, yang bertujuan sebagai pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek merupakan anggota tunggal dari sampel, sama seperti elemen adalah anggota tunggal dari populasi (Sekaran dan Bougie 2013). Jika 200 anggota dari total populasi 1000 pekerja pabrik membentuk sampel untuk penelitian, maka setiap pekerja pabrik dalam sampel adalah subjek.

Sebagai contoh lain, jika sampel 50 bangunan dari total 500 bangunan akan diperiksa, maka setiap 50 bangunan adalah subjek, sama seperti setiap mesin dalam total populasi 500 bangunan adalah elemen. Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu UMKM Batik Kayu di Kreet yang memiliki struktur organisasi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari: subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk ditelaah kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Batik Kayu di Kreet yang berjumlah 45 UMKM aktif.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari karakteristik & jumlah dalam populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat mewakili secara keseluruhan populasi yang mana jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian UMKM Batik Kayu di Kreet. Bila populasi berjumlah terlalu besar, dan menelaah semua yang ada pada populasi tidak memungkinkan, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari bagian populasi.

Besaran sampel merupakan subjek dari populasi yang telah diambil sebagai sampel. Besaran sampel penelitian menurut Gay dan Diehl (1992) didasarkan pada bila sampel yang diambil semakin besar maka semakin merepresentasikan karakteristik populasi, ukuran pasti dari sampel yang akan diteliti sangat bergantung pada jenis penelitian itu sendiri, bila penelitian yang sedang dilakukan merupakan penelitian yang berhubungan atau bersifat korelasi, maka ukuran dari sampel minimal sebesar 30 subjek. Berdasarkan pada pendapat ahli tersebut maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 35 responden sebagai pemilik UMKM Batik Kayu di Kreet.

3.2.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini *sampling* jenuh atau sensus digunakan sebagai teknik *sampling*. *Sampling* jenuh merupakan bagian dari non-probability *sampling*. *Sampling* jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono 2019).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini membutuhkan data yang diambil langsung dari sumber, yaitu data primer yang mengacu pada data yang langsung diperoleh pengumpul data dari tangan pertama terkait dengan variabel penelitian. Menurut (Sugiyono 2019), data primer merupakan data yang didapat melalui kegiatan-kegiatan di mana narasumber langsung memberikan data kepada peneliti, seperti wawancara atau pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini, data primernya diperoleh dari data yang langsung

diambil dari jawaban responden lewat kuesioner terhadap variabel-variabel yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Salah satu langkah yang paling utama dalam penelitian merupakan teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk memperoleh data yang valid. Menurut (Sugiyono 2019) ada beberapa teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan, seperti menggunakan kuesioner (angket), interview (wawancara), teknik observasi (pengamatan), serta dokumentasi atau perpaduan dari keempat teknik pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab olehnya. Penelitian ini berfokus pada perolehan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan tentang variabel-variabel yang diteliti kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

3.5 Klasifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel prediktor, stimulus, antecedent atau variabel bebas. Sugiyono (2019) mengatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahannya, mempengaruhi variabel terikat (dependen). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Total Quality Management (X)*.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen atau yang sering disebut sebagai variabel konsekuen, output, kriteria atau variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, dikarenakan keberadaan variabel bebas (independen) (Sugiyono 2019). Variabel dependen menjadi faktor utama dalam penelitian untuk menganalisis variabel yang mempengaruhinya sehingga memungkinkan untuk memecahkan masalah di dalam penelitian ini. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan (Y).

3.5.3 Variabel Intervening

Menurut Sekaran dan Bougie (2013) variabel intervening atau yang sering disebut dengan variabel mediasi merupakan variabel penyela yang terletak di antara variabel independen dan dependen. Sehingga variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi variabel dependen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah inovasi (X2).

3.6 Definisi Variabel Operasional

Definisi variabel operasional merupakan seperangkat petunjuk mengenai item untuk mengukur suatu variabel. Berikut definisi variabel operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Total Quality Management (TQM) (X)</i>	<i>Total Quality Management (TQM)</i> adalah salah satu cara untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara terus menerus pada setiap tingkatan operasi dan proses yang terdapat didalam setiap area fungsional dari suatu organisasi dimana semuanya berasal dari sumber daya manusia dan modal yang tersedia (Gaspersz 2011).	Menurut Antunes, <i>et al</i> 2016, Berikut sembilan indikator dari <i>Total Quality Management (TQM)</i> : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemimpinan 2. Fokus pelanggan 3. Benchmarking 4. Keterlibatan karyawan 5. Pengembangan/pelatihan 6. Kualitas/desain produk 7. Pengukuran hasil 8. Perbaikan berkelanjutan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kinerja Perusahaan (Y)	Rue dan Byard (1997) memaparkan bahwa kinerja perusahaan adalah suatu pencapaian perusahaan yang diukur dari hasil-hasil kinerja selama periode waktu tertentu.	Menurut Sahoo dan Yadav 2018, Berikut empat indikator dari kinerja perusahaan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja desain 2. Kualitas proses 3. Kualitas produk 4. Kepuasan pelanggan
Inovasi (X2)	Inovasi merupakan kemampuan yang dinamis, yaitu pola stabil dari aktivitas kolektif yang dipelajari melalui cara organisasi secara sistematis menghasilkan dan memodifikasi rutinitas operasinya dalam mengejar peningkatan efektivitas (Zollo dan Winter, 2002).	Menurut Antunes, <i>et al</i> 2016, Berikut indikator dari inovasi: <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi proses 2. Inovasi produk, serta 3. Inovasi pemasaran (OECD 2005)

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan bahwa seluruh instrumen pengukuran relevan dan layak untuk digunakan sehingga menghasilkan data yang valid, penelitian ini menggunakan beberapa pengujian data, diantaranya:

3.7.1 Uji Validitas

Penggunaan uji validitas adalah sebagai pengukur antara valid atau tidaknya suatu kuesioner. Ghazali (2018) mengemukakan pendapat bahwa bila pertanyaan dan kuesioner dinilai mampu dalam mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut maka akan dikatakan valid. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation*, dengan menghitung korelasi antara nilai yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dapat dinilai valid jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2018).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas adalah sebagai alat ukur suatu kuesioner yang mana merupakan indikator dari variabel. Ghazali (2018) berpendapat suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel bila seseorang atau subjek dapat mempertahankan konsistensi atau stabilitas jawabannya atas pertanyaan dari waktu ke waktu. Jika nilai *Cronbach Alpha* $\alpha > 0,60$ maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, yang mana merupakan penggunaan statistik untuk menganalisis data yang didapat dengan menggambarkan atau mendeskripsikannya sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Skala pengukuran merupakan acuan untuk menentukan panjang pendek dari interval dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif bila digunakan dalam pengukuran. Dengan skala pengukuran ini, pengukuran dengan instrumen tertentu dari nilai variabel dapat disajikan dalam bentuk angka, sehingga hasil akan lebih akurat, efisien dan komunikatif serta lebih mudah dimengerti (Sugiyono 2019). Skala Likert digunakan sebagai pengukuran persepsi, sikap, dan pendapat individu atau sekelompok orang tentang sebuah fenomena yang telah ditetapkan peneliti variabel penelitian. Skala Likert membantu menjabarkan variabel yang akan diukur untuk menjadi indikator variabel, indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak dalam penyusunan elemen instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Sugiyono (2019) menjabarkan bahwa jawaban dari tiap elemen instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki variasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata sebagai berikut:

1. Sangat positif/sangat baik/sangat setuju diberi skor 5
2. Positif/baik/setuju diberi skor 4

3. Netral/cukup diberi skor 3
4. Negatif/buruk/tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat negatif/sangat buruk/sangat tidak setuju diberi skor 1

Analisis hasil dari penelitian yang digunakan didalam penelitian kali ini untuk menguji dan menjelaskan pengaruh variabel independen *Total Quality Management* (TQM) terhadap variabel dependen kinerja perusahaan dengan variabel mediasi/intervening inovasi adalah analisis regresi linier sederhana, regresi linier berganda, dan *path analysis* (analisis jalur) yaitu analisis dengan menggunakan korelasi dan regresi untuk mengetahui apakah sampai pada variabel dependen terakhir harus lewat jalur (*path*) langsung atau melalui variabel intervening (Sugiyono 2019). Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi (H1) dan pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan (H2), diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana. Lalu untuk menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan (H3) dan pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan (H4) melalui Inovasi menggunakan analisis regresi linier berganda. Selanjutnya, hubungan tidak langsung H4 diuji menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Alat *path analysis* digunakan karena dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu variabel inovasi produk. Berikut penjelasan alat analisis yang digunakan dalam teknik penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dipergunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali 2018). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian kali ini adalah analisis regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

Y = Variabel dependen (inovasi)

X = Variabel Independen (TQM)

β = koefisien regresi

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda dipergunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali 2018). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian kali ini adalah analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Y = Variabel dependen (kinerja perusahaan)

X_1 = Variabel Independen (TQM)

X_2 = Variabel Independen (inovasi)

β = koefisien regresi

3. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda untuk memperkirakan hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali 2018). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian kali ini adalah analisis regresi analisis jalur (*path analysis*), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Melakukan regresi persamaan pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel intervening.
- b) Melakukan regresi persamaan kedua, yaitu antara variabel independen, dan variabel intervening terhadap variabel dependen.
- c) Melakukan uji mediasi dengan melakukan *sobel test*/uji sobel dengan ketentuan mediasi diterima jika nilai t hitung > nilai t tabel

Rumus persamaan yang digunakan yaitu:

$$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow Y = \beta_1 \times \beta_2$$

Sobel test/uji sobel digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi atau pengaruh tidak langsung dari variabel independen ke variabel dependen melalui variabel mediasi (Ghozali 2018). Suatu variabel dapat dikatakan

sebagai variabel intervening bila variabel tersebut terbukti mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Teknik uji mediasi yang digunakan pada penelitian kali ini adalah uji sobel dengan rumus sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Sab = Standar error dari pengaruh tidak langsung

a = Jalur variabel independen dengan variabel intervening

b = Jalur variabel intervening dengan variabel dependen

sa = Standar error dari koefisien a

sb = Standar error dari koefisien b

Untuk menguji signifikan pengaruh tidak langsung secara parsial, maka dihitung dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2018):

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Untuk membuktikan terjadinya pengaruh mediasi, nilai dari t-hitung dibandingkan dengan nilai dari t-tabel, jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka dapat diambil kesimpulan terjadi pengaruh mediasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Data Responden

Sampel dalam penelitian ini diambil dari sekelompok responden. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dari UMKM batik kayu yang berlokasi di desa wisata Krebet Yogyakarta yang masih aktif memproduksi. Dalam penelitian ini, deskripsi karakteristik responden dibagi berdasarkan tiga kategori, yaitu berdasarkan lama usaha, jumlah karyawan dan jangkauan pasar. Deskripsi mengenai karakteristik responden penelitian dipaparkan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Responden dibagi kedalam 3 kategori lama usaha yaitu 1 tahun hingga 5 tahun, 6 tahun hingga 10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Pengelompokan karakteristik responden berdasarkan lama usaha dilakukan peneliti guna melihat rentang lama usaha responden. Jumlah dan persentase responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1 – 5 tahun	3	9
6 – 10 tahun	9	25

Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
> 10 tahun	23	66
Total	35	100

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh kelompok pemilik usaha yang telah berdiri selama lebih dari 10 tahun dengan jumlah 22 orang atau sebesar 66% dari total responden, selanjutnya dengan kelompok pemilik usaha yang telah berdiri selama 6 tahun hingga 10 tahun dengan jumlah 9 orang atau sebesar 25% dari total responden, sedangkan yang paling kecil adalah kelompok pemilik usaha yang telah berdiri selama 1 tahun hingga 5 tahun yang hanya berjumlah 3 orang atau 3% dari total responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Responden dibagi kedalam 3 kategori jumlah karyawan yang dimiliki yaitu kurang dari 5 orang, 6 orang hingga 10 orang, dan lebih dari 20 orang. Pengelompokan karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan dilakukan peneliti guna melihat rentang jumlah karyawan yang

dimiliki responden. Jumlah dan persentase responden berdasarkan jumlah karyawan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase (%)
< 5 orang	32	91
6 - 10 orang	3	9
> 20 orang	0	0
Total	35	100

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh kelompok pemilik usaha yang mempunyai jumlah karyawan kurang dari 5 orang dengan jumlah 32 orang atau sebesar 91% dari total responden, selanjutnya dengan kelompok pemilik usaha yang mempunyai jumlah karyawan sebanyak 6 orang hingga 20 orang dengan jumlah 3 orang atau sebesar 9% dari total responden, kemudian ditemukan bahwa tidak ada kelompok pemilik usaha yang mempunyai jumlah karyawan lebih dari 20 orang atau berjumlah 0 orang atau 0% dari total responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jangkauan Pasar

Responden dibagi kedalam 3 kategori jangkauan pasar yang lokal, regional, dan internasional. Pengelompokan karakteristik responden berdasarkan jangkauan pasar dilakukan peneliti guna melihat rentang

jangkauan pasar masing-masing UMKM diantara para responden. Jumlah dan persentase responden berdasarkan jangkauan pasar yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangkauan Pasar

Jangkauan Pasar	Jumlah	Persentase
Lokal	24	69
Regional	6	17
Internasional	5	14
Total	35	100

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh kelompok pemilik usaha dengan jangkauan pasar lokal dengan jumlah 24 orang atau sebesar 69% dari total responden, selanjutnya dengan kelompok pemilik usaha dengan jangkauan pasar regional dengan jumlah 6 orang atau sebesar 17% dari total responden, sedangkan yang paling kecil adalah kelompok pemilik usaha dengan jangkauan pasar internasional yang hanya berjumlah 5 orang atau 14% dari total responden.

4.1.2 Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan kuesioner yang telah disebarakan kepada para pemilik UMKM batik kayu di Kreet, Yogyakarta. Analisis ini memaparkan rekapitulasi data jawaban dari responden terhadap pernyataan dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Total Quality Management (TQM)*,

inovasi dan kinerja perusahaan. Berikut deskripsi dari penilaian para responden terhadap masing-masing variabel penelitian.

1. *Total Quality Management (TQM)*

Penilaian responden untuk variabel *Total Quality Management (TQM)* pada UMKM batik kayu di Krebet, Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap variabel *Total Quality Management (TQM)*

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan secara aktif memimpin dan mendukung implementasi kualitas produk	4.34	Sangat Setuju
2	Perusahaan selalu memantau kinerja karyawannya	4.28	Sangat Setuju
3	Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi perusahaan	4.65	Sangat Setuju
4	Menyediakan fasilitas bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan dan saran	4.22	Sangat Setuju
5	Perusahaan selalu mengukur dan memenuhi kepuasan konsumen	4.45	Sangat Setuju
6	Permintaan dan umpan balik dari konsumen digunakan untuk perbaikan serta peningkatan produk dan layanan	4.37	Sangat Setuju
7	Perusahaan melakukan perbandingan performa pada layanan, produk atau proses perusahaan dengan kompetitor yang dinilai lebih baik dari perus.	4.17	Setuju

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
8	Perusahaan mengimplementasikan cara yang dilakukan kompetitor demi meningkatkan performa pada layanan, produk atau proses	4.14	Setuju
9	Karyawan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan	4.00	Setuju
10	Karyawan berpartisipasi dalam kegiatan pemeliharaan dan peningkatan kualitas	4.45	Sangat Setuju
11	Perusahaan memberikan pendidikan/pelatihan untuk semua karyawan	4.14	Setuju
12	Materi yang diberikan sesuai dengan pekerjaan karyawan	4.22	Sangat Setuju
13	Perusahaan menetapkan standar kualitas produk	4.40	Sangat Setuju
14	Produk didesain dengan memenuhi standar kualitas	4.45	Sangat Setuju
15	Perusahaan selalu mengutamakan dan mempertahankan kualitas	4.57	Sangat Setuju
16	Perusahaan selalu meningkatkan kualitas produknya	4.62	Sangat Setuju
17	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja perusahaan secara keseluruhan	4.25	Sangat Setuju
18	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja produk	4.42	Sangat Setuju
19	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja perbaikan	4.34	Sangat Setuju
20	Perusahaan melakukan perbaikan terus-menerus	4.22	Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
21	Perusahaan mempertimbangkan dan memanfaatkan input dari internal maupun eksternal perusahaan dalam melakukan perbaikan	4.25	Sangat Setuju
Rata-rata		4.33	Sangat Setuju

Tabel di atas menunjukkan respon penilaian pada variabel *Total Quality Management* (TQM) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,33 yang berada dalam interval (4,20 s/d 5,00) atau dalam kategori penilaian sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik sudah melakukan usaha yang baik dalam penerapan *Total Quality Management* (TQM). Dalam meningkatkan efektifitas penerapan TQM dalam berbagai aspek usaha, para pemilik UMKM batik kayu di Krebet telah melakukan berbagai macam usaha seperti secara aktif memimpin dan mendukung implementasi kualitas produk, menggunakan permintaan dan umpan balik dari konsumen untuk perbaikan serta peningkatan produk dan layanan, memberi karyawan ruang untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemeliharaan dan peningkatan kualitas, selalu mengutamakan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas, serta senantiasa mengevaluasi kinerja produk.

2. Kinerja Perusahaan

Penilaian responden untuk variabel kinerja perusahaan pada UMKM batik kayu di Krebet, Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Produk didesain mampu memenuhi kebutuhan/permintaan pelanggan	4.22	Sangat Setuju
2	Produk dapat berfungsi sesuai desainnya	4.25	Sangat Setuju
3	Produk diproduksi sesuai standar kualitas	4.31	Sangat Setuju
4	Tidak terjadi pemborosan dalam proses produksi	4.31	Sangat Setuju
5	Perusahaan mampu mencapai tingkat produktivitas dan efisiensi proses yang telah ditargetkan	4.20	Sangat Setuju
6	Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas	4.62	Sangat Setuju
7	Produk yang dijual telah diuji dan lolos standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan	4.48	Sangat Setuju
8	Perusahaan selalu berupaya beradaptasi dengan meningkatkan kualitas produk	4.37	Sangat Setuju
9	Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan	4.42	Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
10	Perusahaan selalu berupaya beradaptasi dengan memenuhi keinginan pelanggan	4.51	Sangat Setuju
Rata-rata		4.37	Sangat Setuju

Tabel di atas menunjukkan respon penilaian pada variabel kinerja perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,37 yang berada dalam interval (4,20 s/d 5,00) atau dalam kategori penilaian sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik sudah melakukan usaha yang baik untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam mempertahankan serta meningkatkan kinerja perusahaan, para pemilik UMKM batik kayu di Desa Krebet telah melakukan berbagai macam usaha, diantaranya memproduksi produk sesuai standar kualitasnya, menawarkan produk berkualitas, meniadakan pemborosan dalam proses produksi, serta beradaptasi dengan meningkatkan kualitas produk dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

3. Inovasi

Penilaian responden untuk variabel inovasi pada UMKM batik kayu di Krebet, Yogyakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Inovasi

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Perusahaan memiliki peluang dalam memperbaiki proses	4.40	Sangat Setuju
2	Perusahaan senantiasa belajar tentang pengembangan proses terbaru	4.45	Sangat Setuju
3	Perusahaan mampu melakukan inovasi proses	4.31	Sangat Setuju
4	Perusahaan mempertahankan pengembangan proses terkini	4.17	Setuju
5	Perusahaan memiliki fleksibilitas proses	4.22	Sangat Setuju
6	Perusahaan sering mengadopsi ide baru dalam pengembangan produk baru	4.34	Sangat Setuju
7	Perusahaan memperkenalkan produk baru yang berbeda dengan pesaing	4.37	Sangat Setuju
8	Perusahaan mempunyai produk yang sangat bervariasi	4.40	Sangat Setuju
9	Perusahaan memperkenalkan inovasi produk dengan atribut yang ditingkatkan atau disempurnakan ke pasar	4.20	Sangat Setuju
10	Perusahaan memperkenalkan inovasi produk dengan atribut yang benar-benar baru ke pasar	4.11	Setuju

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
11	Perusahaan mampu melakukan inovasi pemasaran	4.28	Sangat Setuju
12	Perusahaan melakukan inovasi dalam <i>channel</i> pemasaran	4.25	Sangat Setuju
13	Promosi produk perusahaan melalui internet sangat inovatif	4.28	Sangat Setuju
14	Perusahaan menawarkan promo yang menarik	4.40	Sangat Setuju
15	Perusahaan senantiasa mengikuti perkembangan pemasaran	4.37	Sangat Setuju
Rata-rata		4.30	Sangat Setuju

Tabel di atas menunjukkan respon penilaian pada variabel inovasi memiliki nilai rata-rata sebesar 4,30 yang berada dalam interval (4,20 s/d 5,00) atau dalam kategori penilaian sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik UMKM sudah melakukan usaha yang baik untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam mempertahankan serta meningkatkan kinerja perusahaan, para pemilik UMKM batik kayu di Desa Kreet telah melakukan berbagai macam usaha, diantaranya memproduksi produk sesuai standar kualitasnya, menawarkan produk berkualitas, meniadakan pemborosan dalam proses produksi, serta beradaptasi dengan meningkatkan kualitas produk dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Uji Validitas

Penggunaan uji validitas adalah sebagai pengukur antara valid atau tidaknya suatu kuesioner. Bila pertanyaan dan kuesioner dinilai mampu dalam mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut maka akan dikatakan valid yang diperoleh dari perbandingan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom $(df) = n - 2$. Ghozali (2018) mengemukakan bahwa suatu pertanyaan dapat dinilai valid jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ atau r hitung $< r$ tabel. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* dengan aplikasi SPSS Statistic 26, dengan menghitung korelasi antara nilai yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan. Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
<i>Total Quality Management (TQM)</i> (X1)	<i>LEAD.1</i>	0,000	0,334	VALID
	<i>LEAD.2</i>	0,061		VALID
	<i>FOCUS.1</i>	0,002		VALID
	<i>FOCUS.2</i>	0,008		VALID
	<i>FOCUS.3</i>	0,000		VALID
	<i>FOCUS.4</i>	0,000		VALID
	<i>BENCHM.1</i>	0,000		VALID
	<i>BENCHM.2</i>	0,000		VALID

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
	<i>EMPLOY.1</i>	0,000	0,334	VALID
	<i>EMPLOY.2</i>	0,006		VALID
	<i>TRAIN.1</i>	0,011		VALID
	<i>TRAIN.2</i>	0,002		VALID
	<i>QUALITY.1</i>	0,000		VALID
	<i>QUALITY.2</i>	0,000		VALID
	<i>QUALITY.3</i>	0,000		VALID
	<i>QUALITY.4</i>	0,000		VALID
	<i>MEASURE.1</i>	0,000		VALID
	<i>MEASURE.2</i>	0,000		VALID
	<i>MEASURE.3</i>	0,000		VALID
	<i>CONTINU.1</i>	0,000		VALID
	<i>CONTINU.2</i>	0,003	VALID	
Inovasi (X2)	<i>PROD.1</i>	0,000	0,334	VALID
	<i>PROD.2</i>	0,001		VALID
	<i>PROD.3</i>	0,000		VALID
	<i>PROD.4</i>	0,000		VALID
	<i>PROD.5</i>	0,000		VALID

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
	<i>GOODS.1</i>	0,000		VALID
	<i>GOODS.2</i>	0,000		VALID
	<i>GOODS.3</i>	0,000		VALID
	<i>GOODS.4</i>	0,003		VALID
	<i>GOODS.5</i>	0,000		VALID
	<i>MARKETG.1</i>	0,000		VALID
	<i>MARKETG.2</i>	0,000		VALID
	<i>MARKETG.3</i>	0,056		VALID
	<i>MARKETG.4</i>	0,024		VALID
	<i>MARKETG.5</i>	0,000		VALID
Kinerja Perusahaan (Y)	<i>DESIGN.1</i>	0,000	0,334	VALID
	<i>DESIGN.2</i>	0,000		VALID
	<i>DESIGN.3</i>	0,000		VALID
	<i>PROCESS.1</i>	0,000		VALID
	<i>PROCESS.2</i>	0,000		VALID
	<i>PRODUCT.1</i>	0,000		VALID
	<i>PRODUCT.2</i>	0,000		VALID
	<i>PRODUCT.3</i>	0,000		VALID

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
	SATISF.1	0,000		VALID
	SATISF.2	0,000		VALID

Dengan melihat data diatas, dapat diketahui berapa besarnya koefisien korelasi dari seluruh pertanyaan masing-masing variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi dari seluruh pertanyaan memiliki signifikansi ritung $< 0,334$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan dapat digunakan dalam instrumen penelitian selanjutnya.

4.1.1.1 Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas adalah sebagai alat ukur suatu kuesioner yang mana merupakan indikator dari variabel. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel bila seseorang atau subjek dapat mempertahankan konsistensi atau stabilitas jawabannya atas pertanyaan dari waktu ke waktu (Ghozali 2018).

Jika nilai *Cronbach's Alpha* $\alpha > 0,60$ maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Chronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Total Quality Management</i> (TQM) (X1)	0.902	RELIABEL
Inovasi (X2)	0.891	RELIABEL
Kinerja Perusahaan (Y)	0.917	RELIABEL

Dengan melihat data diatas, disimpulkan bahwa seluruh hasil variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien dari *cronbach's alpha* $> 0,6$. Maka dari itu, masing-masing pertanyaan dapat digunakan dalam instrumen penelitian selanjutnya.

4.2.2 Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini dijelaskan pengaruh antara variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi dan juga dampaknya terhadap kinerja perusahaan.

Analisis regresi kali ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 26. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier sederhana dan berganda:

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Tahap	Variabel	Koef. Path	t	Sig. t	Sig 5%
1	<i>Total Quality Management (TQM) (X1)</i>	0.867	9,972	0,000	SIGNIFIKAN
	Variabel dependen: inovasi (X2)				
2	<i>Total Quality Management (TQM) (X1)</i>	0,526	2,515	0,017	SIGNIFIKAN
	Inovasi (X2)	0,307	1,467	0,152	TIDAK SIGNIFIKAN
	Variabel dependen: kinerja perusahaan (Y)				

Pada tahap 1, model analisis regresi sederhana untuk menjelaskan pengaruh variabel *Total Quality Management (X1)* terhadap inovasi (X2) memiliki formula sebagai berikut:

$$X_2 = 0,867X_1$$

Pada tahap 2, model analisis regresi berganda untuk menjelaskan pengaruh variabel *Total Quality Management (X1)* dan inovasi (X2) terhadap Y (kinerja perusahaan) memiliki formula sebagai berikut:

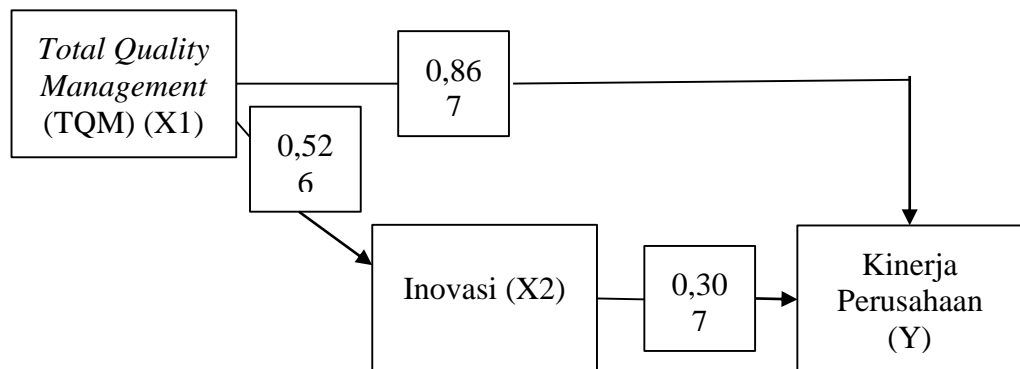
$$Y = 0,526X_1 + 0,307X_2$$

Berdasarkan hasil analisis tahap 1 dan 2 pada tabel diatas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$X_2 = 0,867 X_1$$

$$Y = 0,526 X_1 + 0,307 X_2$$

Hasil estimasi keseluruhan model hubungan hipotesis antara ketiga variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



4.2.3 Path Analysis

Untuk menguji hipotesis 4 dalam penelitian ini, digunakan model analisis jalur atau *path analysis*.

Berikut merupakan hasil dari analisis jalur/*path analysis* menggunakan aplikasi SPSS Statistic 26:

Tabel 4.10 Hasil Analisis Jalur/*Path Analysis*

<i>Direct Effect</i>	
X1→Y	
(p3)	= 0,867
<i>Indirect Effect</i>	
X1→X2→Y	
(p1 x p2) = 0,526 x 0,307	= 0,161482
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect) = 0,867 + 0,161482 = 1,028482	

Berdasarkan data dari tabel diatas, *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh secara tidak langsung (indirect) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebesar 0,161482. Lalu untuk pengaruh secara langsung (direct) diperoleh sebesar 0,867 sehingga total pengaruh (total effect) sebesar $0,867 + 0,161482 = 1,028482$.

Sedangkan pengaruh tidak langsung (indirect effect) *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui

inovasi dengan statistik t-hitung dapat diuji dengan uji sobel seperti berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$Sp1p2 = \sqrt{p1^2 sp2^2 + p2^2 sp1^2 + sp1^2 sp2^2}$$

$$= \sqrt{(0,288^2 \times 0,196^2) + (0,692^2 \times 0,069^2) + (0,069^2 \times 0,196^2)}$$

$$= \sqrt{(0,082944 \times 0,038416) + (0,00478864 \times 0,004761) + (0,004761 \times 0,038416)}$$

$$= \sqrt{0,003186376704 + 0,00002279871504 + 0,000182898576}$$

$$= \sqrt{0,00339207399504}$$

$$= 0,058241514360806$$

Dengan melihat hasil dari perhitungan Sp1p2 diatas, maka dapat dilakukan perhitungan nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus berikut:

$$t\text{-hitung} = \frac{p1p2}{sp1sp2}$$

$$= \frac{0,199296}{0,058241514360806}$$

$$= 3,421889089991294$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai t-hitung sebesar $3,421889089991294 > 2,03452$ (t-tabel) yang artinya signifikan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi terbukti positif.

Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Analisis

Arah Koefisien	Koefisien	Indirect	Total Effect	t hitung	Sig.
X₁→X₂	0,867	-	-	9,972	SIGNIFIKAN
X₁→Y	0,526	-	-	2,515	SIGNIFIKAN
X₂→Y	0,307	-	-	1,467	TIDAK SIGNIFIKAN
X₁→X₂→Y	-	0,161482	1,028482	3,421889	SIGNIFIKAN

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1: Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap Inovasi

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.13 menunjukkan pengaruh positif *Total Quality Management* (X1) terhadap inovasi (X2) dengan koefisien regresi X1 sebesar 0,867. Hasil perhitungan uji signifikansi dengan t statistik diperoleh t-hitung sebesar 9,972 dan probabilitas (p) = 0,000. Karena $p < 0,05$

maka H1 diterima atau *Total Quality Management* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi.

b. Hipotesis 2: Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.13 menunjukkan pengaruh *Total Quality Management* (X1) terhadap kinerja perusahaan (Y), koefisien regresi *Total Quality Management* sebesar 0,526 atau positif. Hasil perhitungan uji signifikansi dengan t statistik diperoleh t-hitung sebesar 2,515 dan probabilitas (p) = 0,017. Karena $p < 0,05$ maka H2 diterima atau *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

c. Hipotesis 3: Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.13 menunjukkan pengaruh inovasi (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y), koefisien regresi inovasi sebesar 0,307 atau positif. Hasil perhitungan uji signifikansi dengan t statistik diperoleh t-hitung sebesar 1,467 dan probabilitas (p) = 0,152. Karena $p > 0,05$ maka H3 ditolak atau inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

d. Hipotesis 4: *Total Quality Management* (TQM) terhadap Kinerja Perusahaan dimediasi Inovasi

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.13 menunjukkan pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi secara langsung (direct effect) sebesar 0,867 dan tidak langsung (indirect effect) sebesar 0,161482 sehingga diperoleh total effect sebesar 1,028482. Sedangkan nilai t-hitung = 3,421889089991294 > 2,03452 (t-tabel) yang artinya signifikan. Maka H4 diterima atau *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan dimediasi inovasi.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Total Quality Management (TQM) terhadap Inovasi

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi produk memiliki nilai p-value 0,000 < 0,05. Nilai dari koefisien menunjukkan 0,867 yang artinya terdapat pengaruh positif hubungan antara variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap inovasi. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya *Total Quality Management* (TQM) terbukti berpengaruh terhadap inovasi produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Antunes

et al., (2016), Bessant *et al.* (1994), dan Prajogo dan Hong (2008) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh terhadap inovasi. Kualitas dipandang sebagai hal vital bagi suatu perusahaan. Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas di era perubahan serta persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus selalu mencari cara untuk berkembang dengan berinovasi. Inovasi dilakukan untuk memastikan bahwa produk atau layanan tetap relevan. Namun, perusahaan memerlukan sebuah sistem yang dapat mendukung penciptaan hingga keberhasilan proses inovasi secara berkelanjutan. *Total Quality Management* (TQM) merupakan sistem manajemen kualitas dengan sub-variabel di dalamnya seperti kepemimpinan, fokus pelanggan, benchmarking, keterlibatan karyawan, pengembangan/pelatihan, kualitas/desain produk, pengukuran hasil yang mendukung kegiatan perbaikan serta peningkatan secara berkelanjutan, sehingga *Total Quality Management* (TQM) merupakan sistem yang sangat tepat dan terbukti berpengaruh dalam mendukung inovasi di UMKM. Kepemimpinan yang kuat dan terarah dapat memimpin dan mendukung implementasi kualitas produk yang efektif, memotivasi, mendorong karyawan untuk berkontribusi, berkembang dan belajar, menjadi inovatif, merangkul perubahan, serta menjadi penggerak terciptanya iklim untuk berinovasi dalam perusahaan. Penting bagi pemimpin untuk mengarahkan fokus perusahaan kepada pelanggan, bagaimana perusahaan mendengarkan suara pelanggannya dan menggunakan informasi ini untuk meningkatkan dan mengidentifikasi peluang inovasi. Strategi keterlibatan ini mencakup bagaimana perusahaan membangun budaya yang berfokus pada pelanggan. Fokus pelanggan membantu perusahaan melibatkan pelanggannya

untuk kesuksesan pasar jangka panjang. Selain itu, kegiatan benchmarking juga dapat meningkatkan inovasi dengan mengharuskan perusahaan untuk terus-menerus memindai lingkungan eksternal dan menggunakan informasi yang diperoleh untuk inovasi dalam peningkatan proses, produk maupun pemaasaran. Kembali ke sisi internal perusahaan, keterlibatan karyawan yang terbuka dan efektif dalam pemeliharaan kualitas dapat mendorong inovasi, bahkan dalam beberapa UMKM karyawan memiliki wewenang untuk memodifikasi proses mereka menggunakan prosedur perbaikan proses yang menjadi standar perusahaan, yang memusatkan perhatian pada aktivitas tidak bernilai tambah yang dapat dihilangkan. Namun sebelum karyawan dilibatkan, perusahaan harus berkomitmen atas pengembangan serta pembelajaran seluruh karyawan dan harus mendorong partisipasi, pembelajaran, inovasi, dan kreativitas semua karyawan, sehingga pembekalan materi yang sesuai dengan pekerjaan karyawan dilakukan agar meningkatkan efektivitas keterlibatan karyawan dalam menjaga kualitas dan berinovasi. Dari sisi produk, kualitas produk merupakan salah satu fokus perusahaan, sehingga perusahaan menetapkan standar kualitas produk sebagai acuan desain produk, peningkatan kualitas produk, serta evaluasi kinerja produk. Evaluasi hasil kinerja produk dilakukan UMKM secara berkala untuk melihat ruang perbaikan dalam produk, sehingga perbaikan berkelanjutan yang memicu tumbuhnya inovasi dapat dilakukan.

4.3.2 Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan memiliki nilai p-value $0,017 < 0,05$. Nilai koefisien menunjukkan 0,526 yang artinya terdapat pengaruh positif variabel variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya *Total Quality Management* (TQM) terbukti berpengaruh terhadap terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahoo dan Yadav (2018), Pambreni *et al* (2019), dan Malik dkk (2019), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kualitas dipandang sebagai nilai unggul yang penting oleh pelaku usaha. *Total Quality Management* (TQM) merupakan sistem yang mendukung kualitas, sehingga UMKM yang efektif dalam usaha mempertahankan dan mengembangkan kualitas serta melakukan perbaikan berkelanjutan terbukti mampu mempertahankan serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam aspek kinerja desain, kualitas proses, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Kombinasi dari usaha - usaha penerapan sistem *Total Quality Management* (TQM) seperti penetapan standar kualitas, pelatihan dan pelibatan karyawan, efektivitas proses yang mengeliminasi pemborosan, benchmarking, serta penggunaan umpan balik pelanggan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas yang didukung oleh pimpinan UMKM mampu membantu UMKM bertahan dalam pasar sehingga perusahaan mampu bersaing dengan kinerja perusahaan yang baik.

4.3.3 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel inovasi terhadap kinerja perusahaan memiliki nilai p-value $0,153 > 0,05$. Nilai koefisien menunjukkan 0,307 yang artinya tidak terdapat pengaruh variabel inovasi terhadap kinerja perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang artinya inovasi terbukti tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini berkontradiksi dengan penelitian yang dilakukan oleh Soreshjany dan Dehkordi (2014), Miranda *et al* (2014), dan Lorente dan Costa (2008) yang pada penelitiannya menemukan bahwa inovasi berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmasari dan Supriyanto (2020), Chaney *et al* (1991), Hartini (2012) dan Bayus *et al* (1997) yang menemukan bahwa tidak ada dampak antara inovasi (proses, pemasaran dan produk) dengan kinerja perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa usaha yang dilakukan UMKM untuk membawa perubahan dalam inovasi proses, pemasaran, dan produk tidak membuahkan dampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh inovasi proses, pemasaran, maupun produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat ditiru dengan cepat oleh pesaing, sehingga inovasi yang dilakukan perusahaan hanya dianggap istimewa dalam waktu yang sangat singkat, yang berdampak pada inovasi tidak memberikan dampak secara langsung pada peningkatan kinerja desain, kualitas proses, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

4.3.4 Pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap Kinerja Perusahaan melalui Inovasi

Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi inovasi memiliki nilai dari t-hitung yang diperoleh dari *sobel test* sebesar $3,421889089991294 > 2,03452$ (t-tabel), artinya terdapat pengaruh tidak langsung variabel *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi. Pengaruh tidak langsung *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi dengan nilai t-hitung sebesar $3,421889089991294$ lebih besar dari pengaruh langsung inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan nilai t-hitung sebesar $1,467$, artinya inovasi dikatakan mampu memediasi hubungan antara *Total Quality Management* (TQM) dan kinerja perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang artinya *Total Quality Management* (TQM) terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi, Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Antunes *et al* (2016) dan Arshad *et al* (2016) yang membuktikan adanya *mediating effect* dari inovasi pada pengaruh antara *Total Quality Management* (TQM) dan kinerja perusahaan. Adanya *mediating effect* menunjukkan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh terhadap inovasi yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan dari UMKM. Implementasi *Total Quality Management* (TQM) yang efektif oleh UMKM mampu menggerakkan inovasi dalam proses, pemasaran maupun produk. Inovasi dilakukan dengan harapan untuk menjaga kualitas, memenuhi kebutuhan konsumen dan melakukan

perbaikan serta peningkatan secara berkelanjutan sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Dengan demikian penerapan *Total Quality Management* (TQM) yang efektif oleh UMKM mampu meningkatkan usaha dalam inovasi yang berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh inovasi (studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh positif terhadap inovasi. Nilai t statistik pada hubungan ini sebesar $9,972 > 2,03452$. dan nilai probabilitas (p-values) sebesar $0.000 < 0.05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan apabila *Total Quality Management* (TQM) diterapkan secara konsisten dan tepat dalam UMKM maka akan memacu inovasi dengan efisien.
2. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Nilai t statistik pada hubungan ini sebesar $2,515 > 2,03452$. dan nilai probabilitas (p-values) sebesar $0,017 < 0.05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan apabila *Total Quality Management* (TQM) diterapkan secara konsisten dan tepat dalam UMKM maka akan meningkatkan kinerja perusahaan dengan efisien.
4. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Nilai t statistik pada hubungan ini sebesar $1,467 < 2,03452$ dan nilai probabilitas (p-values) sebesar $0,152 > 0.05$. Dengan demikian dapat

ditarik kesimpulan bahwa penerapan inovasi dalam UMKM tidak menjamin adanya peningkatan kinerja perusahaan.

5. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) secara tidak langsung memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui variabel mediasi inovasi. Nilai t statistik pada hubungan ini sebesar $3,421889089991294 > 2,03452$. Inovasi terbukti mampu memediasi hubungan antara *Total Quality Management* (TQM) dan kinerja perusahaan yang dibuktikan dengan nilai t-hitung dari pengaruh tidak langsung *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi yaitu 3,421889089991294 lebih besar dari nilai t-hitung pengaruh langsung inovasi terhadap kinerja perusahaan yaitu 1,467. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan *Total Quality Management* (TQM) dalam UMKM secara efisien dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui mediasi inovasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh inovasi (studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1) Bagi Pemilik UMKM

Para UMKM Batik Kayu di Kreet hendaknya terus menerapkan program-program yang dapat meningkatkan hasil *Total Quality Management* (TQM) yang efisien, dengan cara menggalakan penerapan inovasi pemasaran yang dapat dilakukan

lewat pemasaran via daring dan online marketplace yang optimal, menerapkan inovasi proses dengan meningkatkan adopsi alat bantu yang dapat mengurangi waktu pembuatan dan meminimalisir cacat seperti menggunakan gergaji listrik untuk memotong kayu agar lebih rapi dan cepat, melakukan inovasi produk seperti mengadopsi bentuk-bentuk yang sedang populer di masyarakat atau membuat di atas media yang sedang menjadi *trend* seperti batik kayu dengan media kayu pipih dengan menghadirkan potret orang yang sedang wisuda (agar dapat dijual menjadi hadiah wisuda), serta komponen-komponen TQM seperti fokus pelanggan, kepemimpinan, benchmarking, keterlibatan karyawan, pengembangan/pelatihan, kualitas/desain produk, pengukuran hasil dan perbaikan berkelanjutan. Dengan melakukan penerapan program-program TQM dan inovasi yang efektif dan tepat, dapat meningkatkan kinerja pada UMKM tersebut.

2) Bagi Akademisi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menguji jumlah sampel yang lebih banyak serta mencoba mengeksplorasi indikator-indikator lain untuk inovasi seperti inovasi inkremental dan inovasi radikal dikarenakan luasnya definisi dan kategori inovasi yang tidak tercakup dalam penelitian ini, agar dapat menghasilkan data yang lebih objektif dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Antunes, M.G., Quirós, J.T., & Justino, M.d.R.F. (2017). The relationship between innovation and total quality management and the innovation effects on organizational performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 34 No. 9, pp. 1474-1492. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2016-0025>
- Al-kalouti, J., Kumar, V., Kumar, N., Garza-Reyes, J. A., Upadhyay, A., & Zwiigelaar, J. (2020). Investigating innovation capability and organizational performance in service firms. *Strategic Change*, 29(1), 103-113. <https://doi.org/10.1002/jsc.2314>.
- Battor, M., Mohammed B. (2010). The impact of customer relationship management capability on innovation and performance advantages: testing a mediated model. *Journal of Marketing Management*, 26(9-10), 842–857.
- Bayus, B.L., Jain, S., & Rao, A.G. (1997). Too Little, Too Early: Introduction Timing and New Product Performance in the Personal Digital Assistant Industry. *Journal of Marketing Research*, 34(1), 50–63.
- Bessant, J., Caffyn, S., Gilbert, J., Harding, R., & Webb, S. (1994). Rediscovering continuous improvement. *Technovation*, 14(1), 17–29.
- Bon, A.T., E.M.A. Mustafa, & U.S. Rakiman. (2012). Recent and Influential Studies on TQM-Innovation Relationship: A Review. *International Journal of Management Studies, Statistics & Application Economics (IJMSAE)*, ISSN 2250-0367, Vol.2, No. II, pp. 147-162.
- Brah, S., Lim, H. (2006). The effects of technology and TQM on the performance of logistics companies. *International Journal of Physical Distribution & Logistic Management*, Vol. 36, No. 3, pp. 192-209.
- Burgelman, R.A., Christensen, C.M., & Wheelwright, S.C. (2009). *Strategic Management of Technology and Innovation*. New York: McGraw-Hill.
- Camisón, C., Puig-Denia, A. (2015). Are quality management practices enough to improve process innovation. *International Journal of Production Research*, 54(10), 2875–2894.
- Chaney, P.K., Devinney, T.M., & Winer, R.S. (1991). The impact of new product announcements on the market value of the firm. *Journal of Business*, 64: 573-610.
- Charantimath, P.M. (2017). *Total Quality Management*. India: Pearson India Education Services.

- Crossan, M.M., Apaydin, M. (2009). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191.
- Dahlgaard, J.J., K. Kristensen, & G. K. Kanji. (1998). *Fundamentals of Total Quality Management*. Dordrecht: Springer Science+ Business Media.
- Deming, E.W. (2000). *Out Of The Crisis*. Massachusetts: MIT Press.
- Feigenbaum, V.A. (1986). *Total Quality Control*. New York: McGraw–Hill.
- Ferdousi, F., K. Baird, R. Munir, & S. Su. (2018). Associations between organisational factors, TQM and competitive advantage: evidence from an emerging economy. *Benchmarking: An International Journal*, Volume 25 issue 3.
- Gaspersz, V., (2005). *Total Quality Control*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V., (2006). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V., Fontana A. (2011). *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries, Waste Elimination and Continous Cost Reduction*. Bogor: Vinchristo Publication.
- Gay, L.R., Diehl, P.L., (1992). *Research Methods for Business and Management*. New York: Mc. Millan Publishing Company.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D.L., Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Hanh, T.T.H., Siengthai, S. (2014). The impact of BPR, TQM, OL and ownership structure on product innovation in Vietnamese equitized firms. *Asian Journal Of Management Research*, Volume 4 Issue 3.
- Harrington, H.J. (1991). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy For Total Quality, Productivity and Competitiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 14 No. 1
- Haryani, A.D. (2015). Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Biaya Kualitas dan Kualitas Produk Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Budaya Kualitas Sebagai Variabel Moderasi. *JRKA*, Volume 1 No. 1.

- Hassan, M., Shaukat, S., Nawaz, M.S., & Naz, S. (2013). Effects of Innovation Types on Firm Performance: An Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7, 243-262.
- Heizer, J, Render, B., & Chuck, M. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Boston: Pearson Education.
- Hipp, C., Tether, B.S., & Miles, I. (2000). The Incidence And Effects Of Innovation In Services: Evidence From Germany. *International Journal of Innovation Management*, 04(04), 417–453.
- Jayaram, J., Oke, A., & Prajogo, D.I. (2013). The antecedents and consequences of product and process innovation strategy implementation in Australian manufacturing firms. *International Journal of Production Research*, 52(15), 4424–4439.
- Kafetzopoulos, D.P., Psomas, E.L., & Gotzamani, K.D. (2015). The impact of quality management systems on the performance of manufacturing firms. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(4), 381-399.
- Kanji G.K. (1990). Total quality management: the second industrial revolution. *Total Quality Management*, Vol 1 No.1, 3–12.
- Kanji G.K., Wallace W. (2000). Business excellence through customer satisfaction. *Total Quality Management*, 11(7), 979–998.
- Korankye, A.A. (2013). Total Quality Management (TQM): A Source of Competitive Advantage. A Comparative Study of Manufacturing and Service Firms in Ghana. *International Journal of Asian Social Science*, 3(6): 1293-1305.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lee, V., Ooi, K., Tan, B., & Chong, A. Y. (2010). A structural analysis of the relationship between TQM practices and product innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*, 18(1), 73–96. doi: 10.1080/19761597.2010.9668683.
- Li, S., B.R. Nathan, T.S.R. Nathan, & S.S. Rao. (2004). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34 107 – 124.

- Lorente, M.A., Costa, M.M. (2008). Does quality management foster or hinder innovation? An empirical study of Spanish companies. *Total Quality Management*, Vol. 19, No. 3, pp. 209-221.
- Lorente, A.M.R., Dewhurst, F., & Dale, B.G. (1999). TQM and business innovation. *European Journal of Innovation Management*, 2(1), 12–19.
- Malik, R., S. Said, J. Kamase, Ramlawati, & A. Padhi. (2019). Integrasi Total Quality Management Dan Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada PT.Semen Tonasa). *Journal Of Industrial Engineering Management*, Volume 4 No.1.
- Miranda, S.G., J.P. Gomes, Filipe, L.L. & Lopes, P.Z. (2014). The role of TQM in strategic product innovation: an empirical assessment. *International Journal of Operations & Production Management*, 34 1307–37.
- Noor, L.S., Derriawan, & Soebagyo. (2018). Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, Vol 2 (1), 70-83.
- Pambreni, Y., A. Khatibi, S.M.F Azma, & J. Thama. (2019). The influence of Total Quality Management toward organization performance. *Management Science Letters*, Vol. 9 1397–1406.
- Perdomo-Ortiz, J., González-Benito, J., & Galende J. (2006). Total Quality Management as a Forerunner of Business Innovation Capability. *Technovation*, 26, 1170-1185.
- Prajogo, D.I., A.S. Sohal. (2004). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 20 Iss: 8 pp. 901 - 918.
- Prajogo, D.I., S.W. Hong. (2008). The effect of TQM on performance in R&D environments: A perspective from South Korean firms. *Technovation*, Vol. 28, Pp. 855– 863, 2008.
- Prajogo, D.I. (2015). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics*, 1–31.
- Prayhoego, C., & Devie. (2013). *Analisa Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. Jurnal Business Accounting Review*, Vol 1 No 2.
- Purba, M. Soraya, F. Hutami, & RR. Rieka. (2015). Pengaruh Time Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemimpinan dan Budaya Kualitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EMB Fakultas*

Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika Universitas Telkom.

- Purchase S., Volery T. (2020). Marketing innovation: a systematic review. *Journal of Marketing Management*, 1–31.
- Putriama, J., Arina, F., Ekawati, R. (2013). Pengaruh Penerapan Total Quality Management Melalui Produktivitas Karyawan Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 1 No. 3.
- Rahman, S.U.. (2001). A comparative study of TQM practice and organizational performance of SMEs with and without ISO 9000 certification. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 18 No. 1, pp. 35-49.
- Rue, L.L., L.L. Byard. (1997). *Management Skill and Application*. New York: McGraw-Hill.
- Russell, R.S., B.W. Taylor. (2011). *Operations Management*. New York: John Wiley and Sons.
- Sahoo, S., S. Yadav. (2018). Total Quality Management in Indian Manufacturing SMEs. *Procedia Manufacturing*, 21 541–54.
- Samaha, H.E. (1996). Overcoming the TQM Barrier to Innovation. *HR Magazine*, Vol. 41 No. 6, pp. 145-9.
- Sari, R.P., A. Firdaus. (2018). The Impact of Total Quality Management Implementation on Small and Medium Manufacturing Companies. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 8 (1).
- Sekaran, U., Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: Wiley.
- Sil, M., S. Kassiavera, & N.M. Belly. (2018). Analisis Total Quality Management Terhadap Kinerja Manajerial Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Era Globalisasi. *Prosiding The National Conferences Management and Business (NCMAB): Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital*.
- Shan, A.W., M.F. Ahmad, & N.H.M. Nor. (2016). The Mediating Effect of Innovation between Total Quality Management (TQM) and Business Performance. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering* 160.
- Soreshjany, A., Dehkordi, J. (2014). Cost of Total Quality Management (TQM), Innovation and Improvement of Financial Performance. *UmaÉtica Para Qantas* 1–7.

- Spencer, B. (1994). Models of organization and total quality management: a comparison and critical evaluation. *Academy of Management Review*, Vol. 19 No. 3, pp. 446-71.
- Štefanić, N., Tosanović, N., & Hegedić, M., Kaizen. (2012). Workshop as an Important Element of Continuous Improvement Process. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 393-398.
- Suartina, I.W., N.N.A.A.V. Swara, & N.L.S. Astiti. (2019). Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Perilaku Produktif Karyawan Pada Pt. Tomorrow's Antiques Indonesia. *Jurnal Widya Manajemen*, Vol. 1, No. 2.
- Sugiarto, F.F. (2016). Analisa Strategi Bersaing PT. Surya Cipta Mandiri. *AGORA*, Vol. 4, No. 2.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS UST Press.
- Supriyanto, L. Rahmasari. (2020). Analisis Pengaruh Supply Chain Integration Dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Freight Forwarding Di Semarang). *Jurnal Sains Teknologi Transportasi Maritim*, Volume 2 No.1.
- Susila, A.R. (2017). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*.
- Susilo, S.Y., Krisnadewara, P.D. & Soeroso, A. (2008). Masalah dan Kinerja Industri kecil Pascagempa: Kasus di Kabupaten Klaten (Jateng) dan Kabupaten Bantul (DIY). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 15 No. 2.
- Talib, F., Zillur, R., & M.N. Qureshi. (2013). An empirical investigation of relationship between total quality management practices and quality performance in Indian service companies. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 30 No. 3.
- Tarafdar, M., Gordon, S.R. (2007). Understanding the influence of information systems competencies on process innovation: A resource-based view. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 353-392.
- Tika, M.P. (2014). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Tjiptono F., A. Diana, 2003, *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tsou, Y.H., Y.F. Huang, S.C. Liu, & M.H. Do. (2021). The Effects of Total Quality Management and Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Future Research Agenda. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 8 No 4 0277–0287.
- Tushman, M., D. Nadler. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28(3), 74–92.
- Widyastuti, D., Mukhlison, B. Kamulyan, M. Mayani, I. Rofi'i, N.F. Rachman, & D. Albihad. (2019). Kajian Limbah Kerajinan Batik Kayu di Desa Wisata Kreet Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 18 (1), 50 – 56.
- Yeng, S.K., M.S. Jusoh, & N.A. Ishak. (2018). The Impact of Total Quality Management (TQM) on Competitive Advantage: A Conceptual Mixed Method Study In The Malaysia Luxury Hotel Industries. *Academy of Strategic Management Journal*, Volume 17, Issue 2.
- Zollo, M., Winter S.G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science*, 13, 339–351.

LAMPIRAN

BIODATA PENELITI**A. Data Pribadi**

1. Nama : Khairunnisa Afifah Yusman
2. Tempat & Tanggal Lahir : Jakarta, 09 Juni 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Kel. Bojong Kulur, Kec. Gunung Putri,
Kab. Bogor
5. Telepon : 081911754480
6. E- mail : nissafifah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- SDIT Al-Fajar Bekasi (2005 – 2011)
- SMP Negeri 12 Bekasi (2011 – 2014)
- SMA Negeri 11 Bekasi (2014 – 2017)
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (2017 -
2022)

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Alamat : JL. SWK 104 (Lingkar Utara) Condongcatur, Sleman Yogyakarta 55283
Telepon : (0274) 487276, 486255, Faximile : (0274) 486255
Email : feb@upnyk.ac.id - Laman : <http://ekonomi.upnyk.ac.id>

Nomor : 195/UN62.14/AKD.5/XII/2021 Yogyakarta, 7 Desember 2021
Klasifikasi : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth.
Agus Jati Kumara
Paguyuban Pengrajin Batik Kayu Krebet
Desa Wisata Krebet, Sendangsari, Pajangan, Bantul
di
Yogyakarta.

Dengan Hormat,
Sesuai dengan kurikulum Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta tentang kewajiban penulisan Skripsi bagi Mahasiswa yang menempuh Program Sarjana (S1).

Melalui surat ini mohon diijinkan mahasiswa kami :

Nama : **Khairunnisa Afifah Yusman**
No Mhs : 141170165
No. Telp/HP : 081911754480
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Untuk dapat memperoleh data/keterangan dan Instansi yang Bapak/Tbu pimpin guna penyusunan Skripsi dengan judul :
Pengaruh Total Quality Management TQM Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Inovasi;

Keterangan : a. Data yang diperoleh hanya untuk tulisan ilmiah
b. Lama mencari data ± 2 (bulan)

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Sri Suharsih, M.Si
NIP: 269129500051

KUESIONER PENELITIAN

Kepada,

Responden Yth,

Perkenalkan nama saya Khairunnisa Afifah Yusman mahasiswi dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen. Pada kesempatan kali ini saya melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir Kuliah (Skripsi) dengan judul “Pengaruh *Total Quality Management (TQM)* Terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimediasi Oleh Inovasi (Studi Pada UMKM Batik Kayu di Krebet)”.

Dengan begitu, saya mengharapkan bantuan dan sangat berterima kasih bila Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk meluangkan waktu menjadi responden dalam penelitian saya kali ini untuk mengisi pertanyaan dan kuesioner penelitian yang saya lampirkan berikut ini.

Hormat saya,

Khairunnisa Afifah Yusman

I. Identitas Responden

Tuliskan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom bertanda (...) sesuai berdasarkan jawaban dari pertanyaan.

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | Responden |
| :..... | |
| 2. Nama Usaha | |
| :..... | |
| 3. Lama Operasi Usaha : | <input type="checkbox"/> 1 – 5 tahun <input type="checkbox"/> 6 – 10 tahun
<input type="checkbox"/> > 10 tahun |
| 4. Jumlah Karyawan : | <input type="checkbox"/> <5 orang <input type="checkbox"/> 6 – 20 orang
<input type="checkbox"/> >20 orang |
| 5. Jangkauan Pasar : | <input type="checkbox"/> Lokal <input type="checkbox"/> Regional
<input type="checkbox"/> Internasional |

II. Skala Likert

Pada bagian ini, Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk memberi bobot pada item-item yang terlampir untuk mengembangkan instrumen untuk mengukur pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh variabel inovasi (studi pada UMKM Batik Kayu di Kreet).

- | | |
|------------------------|-------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | (STS) |
| 2. Tidak Setuju | (TS) |

3. Cukup Setuju (CS)

4. Setuju (S)

5. Sangat Setuju (SS)

A. Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk mengevaluasi *Total Quality Management* (TQM) dengan menggunakan indikator-indikator di bawah ini dengan memberikan tanda (V):

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan secara aktif memimpin dan mendukung implementasi kualitas produk					
2	Perusahaan selalu memantau kinerja karyawannya					
3	Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi perusahaan					
4	Menyediakan fasilitas bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan dan saran					
5	Perusahaan selalu mengukur dan memenuhi kepuasan konsumen					
6	Permintaan dan umpan balik dari konsumen digunakan untuk perbaikan serta peningkatan produk dan layanan					
7	Perusahaan melakukan perbandingan performa pada layanan, produk atau proses perusahaan dengan kompetitor lain yang dinilai lebih baik dari perusahaan (Benchmarking)					

8	Perusahaan mengimplementasikan cara yang dilakukan kompetitor demi meningkatkan performa pada layanan, produk atau proses					
9	Karyawan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan					
10	Karyawan berpartisipasi dalam kegiatan pemeliharaan dan peningkatan kualitas					
11	Perusahaan memberikan pendidikan/pelatihan untuk semua karyawan					
12	Materi yang diberikan sesuai dengan pekerjaan karyawan					
13	Perusahaan menetapkan standar kualitas produk					
14	Produk didesain dengan memenuhi standar kualitas					
15	Perusahaan selalu mengutamakan dan mempertahankan kualitas					
16	Perusahaan selalu meningkatkan kualitas produknya					
17	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja perusahaan secara keseluruhan					
18	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja produk					
19	Perusahaan mengevaluasi hasil kinerja perbaikan					
20	Perusahaan melakukan perbaikan terus-menerus					
21	Perusahaan mempertimbangkan dan memanfaatkan input dari internal maupun eksternal perusahaan dalam melakukan perbaikan					

B. Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dengan menggunakan indikator-indikator di bawah ini dengan memberikan tanda (V):

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk didesain mampu memenuhi kebutuhan/permintaan pelanggan					
2	Produk dapat berfungsi sesuai desainnya					
3	Produk diproduksi sesuai standar kualitas					
4	Tidak terjadi pemborosan dalam proses produksi					
5	Perusahaan mampu mencapai tingkat produktivitas dan efisiensi proses yang telah ditargetkan					
6	Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas					
7	Produk yang dijual telah diuji dan lolos standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan					
8	Perusahaan selalu berupaya beradaptasi dengan meningkatkan kualitas produk					
9	Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan					
10	Perusahaan selalu berupaya beradaptasi dengan memenuhi keinginan pelanggan					

C. Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk mengevaluasi inovasi dengan menggunakan indikator-indikator di bawah ini dengan memberikan tanda (V):

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan memiliki peluang dalam memperbaiki proses					
2	Perusahaan senantiasa belajar tentang pengembangan proses terbaru					
3	Perusahaan mampu melakukan inovasi proses					
4	Perusahaan mempertahankan pengembangan proses terkini					
5	Perusahaan memiliki fleksibilitas proses					
6	Perusahaan sering mengadopsi ide baru dalam pengembangan produk baru					
7	Perusahaan memperkenalkan produk baru yang berbeda dengan pesaing					
8	Perusahaan mempunyai produk yang sangat bervariasi					
9	Perusahaan memperkenalkan inovasi produk dengan atribut yang ditingkatkan atau disempurnakan ke pasar					
10	Perusahaan memperkenalkan inovasi produk dengan atribut yang benar-benar baru ke pasar					
11	Perusahaan mampu melakukan inovasi pemasaran					

12	Perusahaan melakukan inovasi dalam <i>channel</i> pemasaran					
13	Promosi produk perusahaan melalui internet sangat inovatif					
14	Perusahaan menawarkan promo yang menarik					
15	Perusahaan senantiasa mengikuti perkembangan pemasaran					

PROFIL RESPONDEN

No.	Nama	Nama Usaha	Lama Usaha	Jumlah Karyawan	Jangkauan Pasar
1	Bowo	Sanggar Mahameru	> 10 tahun	<5 orang	lokal
2	Supardi	Sari Mekar	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
3	Surahno	Surahno Batik	1 - 5 tahun	<5 orang	Lokal
4	Yulianto	Yuan Craft	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
5	Gunjiar	Art Gallery	> 10 tahun	<5 orang	Internasional

6	Riyanto	Bagong Wood Art	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
7	Riyadi	Wood Art Creative	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
8	Paryanti	Devia Art	1 - 5 tahun	<5 orang	Lokal
9	Singgih Nurgiyantoro	Sanggar Dewi Sri	> 10 tahun	<5 orang	Regional
10	Sumilah	Sanggar Rama-Shinta	> 10 tahun	<5 orang	Regional
11	Panut Wibowo	Batik Erlangga	6 – 10 tahun	<5 orang	Lokal
12	Ismayati	Sanggar Estu Batik	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
13	Suparno	Batik Sungging	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
14	Giyanto	Nagita Batik	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
15	Purwanti	Tamarine Craft	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
16	Seno	Seno Craft	> 10 tahun	<5 orang	Regional

17	Harun	Sido Dadi	> 10 tahun	<5 orang	Regional
18	Dalijo	Mifta Handycraft	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
19	Kemiskidi	Sanggar Rini	> 10 tahun	6 – 20 orang	Internasional
20	Wanaji	Hasta Aji	1 - 5 tahun	<5 orang	Lokal
21	Futut Suparmin	Aditya Batik	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
22	Harjono	Kanjeng Muni	> 10 tahun	<5 orang	Internasional
23	Agus Jati Kumara	Carissa kumara	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
24	Sumiyati	Punokawan	> 10 tahun	6 – 20 orang	Internasional
25	Supriyanto	Unggar Jati	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
26	Giyem	Bayu Aji	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
27	Samto	Sumadio Lancar	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
28	Jiwanto	Sanggar Nakula	> 10 tahun	<5 orang	Lokal

29	Parjiyo	Sanggar Batik Tyas	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
30	Mujiono	Awallu's Project	> 10 tahun	<5 orang	Regional
31	Trimaryadi	Mayza Art	6 - 10 tahun	<5 orang	Lokal
32	Dharu Hartiko	Raja Kembar	6 - 10 tahun	<5 orang	Regional
33	Slamet	Sekar Melati	6 - 10 tahun	6 – 20 orang	Internasional
34	Tugiyo	Jaka Tingkir	> 10 tahun	<5 orang	Lokal
35	Triyono	Enggar Batik	10 tahun	<5 orang	Lokal

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Total Quality Management (X1)

Table with 20 rows (X1.1 to X1.20) and 20 columns (X1.1 to X1.20) plus a Total_X1 column. Each cell contains Pearson Correlation and Sig. (2-tailed) values with asterisks indicating significance.

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

Table showing Case Processing Summary: N (Valid 35, Excluded 0, Total 35) and % (Valid 100.0, Excluded .0, Total 100.0).

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Table showing Reliability Statistics: Cronbach's Alpha (.902) and N of Items (21).

Inovasi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.421 ^{**}	.514 ^{**}	.553 ^{**}	.411 [*]	.520 ^{**}	.389 [*]	.524 ^{**}	.345 [*]	.401 [*]	.387 [*]	.454 ^{**}	.114	.137	.411 [*]	.676 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.012	.002	.001	.014	.001	.021	.001	.042	.017	.022	.006	.514	.432	.014	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	.421 ^{**}	1	.546 ^{**}	.433 ^{**}	.249	.346 [*]	.323	.539 ^{**}	.146	.159	.308	.247	.160	.251	.219	.538 ^{**}
	Sig. (2-tailed)			.001	.009	.149	.042	.058	.001	.404	.362	.072	.152	.358	.147	.207	.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	.514 ^{**}	.546 ^{**}	1	.716 ^{**}	.658 ^{**}	.679 ^{**}	.525 ^{**}	.625 ^{**}	.293	.470 ^{**}	.588 ^{**}	.647 ^{**}	.413 [*]	.239	.397 ^{**}	.852 ^{**}
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000	.001	.000	.087	.004	.000	.000	.014	.167	.018	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	.553 ^{**}	.433 ^{**}	.716 ^{**}	1	.581 ^{**}	.700 ^{**}	.670 ^{**}	.469 ^{**}	.278	.696 ^{**}	.389 [*]	.512 ^{**}	.183	.179	.439 ^{**}	.834 ^{**}
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.004	.106	.000	.021	.002	.291	.303	.008	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	.411 [*]	.249	.658 ^{**}	.581 ^{**}	1	.842 ^{**}	.517 ^{**}	.303	.404 [*]	.479 ^{**}	.436 ^{**}	.357 [*]	.178	.160	.396 [*]	.737 ^{**}
	Sig. (2-tailed)						.000	.001	.077	.016	.004	.009	.035	.307	.358	.019	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.6	Pearson Correlation	.520 ^{**}	.346 [*]	.679 ^{**}	.700 ^{**}	.842 ^{**}	1	.513 ^{**}	.320	.525 ^{**}	.602 ^{**}	.398 [*]	.439 ^{**}	.151	.099	.322	.794 ^{**}
	Sig. (2-tailed)							.002	.061	.001	.000	.021	.008	.387	.572	.059	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.7	Pearson Correlation	.389 [*]	.323	.525 ^{**}	.670 ^{**}	.517 ^{**}	.513 ^{**}	1	.550 ^{**}	.190	.531 ^{**}	.288	.241	.100	.386 [*]	.527 ^{**}	.732 ^{**}
	Sig. (2-tailed)								.001	.274	.001	.093	.163	.569	.022	.001	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.8	Pearson Correlation	.524 ^{**}	.539 ^{**}	.625 ^{**}	.469 ^{**}	.303	.320	.550 ^{**}	1	.263	.178	.258	.320	.000	.431 ^{**}	.519 ^{**}	.645 ^{**}
	Sig. (2-tailed)									.127	.305	.134	.061	1.000	.010	.001	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.9	Pearson Correlation	.345 [*]	.146	.293	.278	.404 [*]	.525 ^{**}	.190	.263	1	.678 ^{**}	.000	.018	-.079	-.054	.179	.483 ^{**}
	Sig. (2-tailed)						.001	.274	.127		.000	1.000	.916	.653	.757	.303	.003
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.10	Pearson Correlation	.401 [*]	.159	.470 ^{**}	.696 ^{**}	.479 ^{**}	.602 ^{**}	.531 ^{**}	.178	.678 ^{**}	1	.311	.331	.132	-.037	.305	.701 ^{**}
	Sig. (2-tailed)								.001	.000		.069	.052	.449	.834	.075	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.11	Pearson Correlation	.387 [*]	.308	.588 ^{**}	.389 [*]	.436 ^{**}	.388 [*]	.288	.258	.000	.311	1	.786 ^{**}	.513 ^{**}	.213	.268	.600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)				.021	.009	.021	.093	.134	1.000	.069		.000	.002	.220	.119	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.12	Pearson Correlation	.454 ^{**}	.247	.647 ^{**}	.512 ^{**}	.357 [*]	.439 ^{**}	.241	.320	.018	.331	.786 ^{**}	1	.566 ^{**}	.154	.322	.627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)					.008	.008	.163	.061	.916	.052	.000		.000	.378	.059	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.13	Pearson Correlation	.114	.160	.413 [*]	.183	.178	.151	.100	.000	-.079	.132	.513 ^{**}	.566 ^{**}	1	.094	-.074	.326
	Sig. (2-tailed)				.291	.307	.387	.569	1.000	.653	.449	.002	.000		.592	.672	.056
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.14	Pearson Correlation	.137	.251	.239	.179	.160	.099	.386 [*]	.431 ^{**}	-.054	-.037	.213	.154	.094	1	.516 ^{**}	.382 ^{**}
	Sig. (2-tailed)				.303	.358	.572	.022	.010	.757	.834	.220	.378	.592		.001	.024
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.15	Pearson Correlation	.411 [*]	.219	.397 ^{**}	.439 ^{**}	.396 [*]	.322	.527 ^{**}	.519 ^{**}	.179	.305	.268	.322	-.074	.516 ^{**}	1	.601 ^{**}
	Sig. (2-tailed)				.008	.019	.059	.001	.001	.303	.075	.119	.059	.672	.001		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X2	Pearson Correlation	.676 ^{**}	.538 ^{**}	.852 ^{**}	.834 ^{**}	.737 ^{**}	.794 ^{**}	.732 ^{**}	.645 ^{**}	.483 ^{**}	.701 ^{**}	.600 ^{**}	.627 ^{**}	.326	.382 [*]	.601 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.056	.024	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	15

Kinerja Perusahaan (Y)

		Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.753**	.822**	.719**	.695**	.123	.406*	.413*	.330	.467**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.482	.016	.014	.053	.005	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	.753**	1	.782**	.803**	.795**	.500**	.587**	.539**	.380*	.502**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.001	.024	.002	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	.822**	.782**	1	.740**	.689**	.246	.586**	.468**	.507**	.485**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.155	.000	.005	.002	.003	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	.719**	.803**	.740**	1	.888**	.478**	.445**	.340*	.383*	.424*	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.007	.046	.023	.011	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.5	Pearson Correlation	.695**	.795**	.689**	.888**	1	.470**	.459**	.389*	.443**	.376*	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.004	.005	.021	.008	.026	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.6	Pearson Correlation	.123	.500**	.246	.478**	.470**	1	.567**	.449**	.373*	.331	.582**
	Sig. (2-tailed)	.482	.002	.155	.004	.004		.000	.007	.027	.052	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.7	Pearson Correlation	.406*	.587**	.586**	.445**	.459**	.567**	1	.791**	.594**	.601**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.007	.005	.000		.000	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.8	Pearson Correlation	.413*	.539**	.468**	.340*	.389*	.449**	.791**	1	.584**	.510**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.005	.046	.021	.007	.000		.000	.002	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.9	Pearson Correlation	.330	.380*	.507**	.383*	.443**	.373*	.594**	.584**	1	.550**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.053	.024	.002	.023	.008	.027	.000	.000		.001	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.10	Pearson Correlation	.467**	.502**	.485**	.424*	.376*	.331	.601**	.510**	.550**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.003	.011	.026	.052	.000	.002	.001		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_Y	Pearson Correlation	.786**	.901**	.853**	.863**	.857**	.582**	.748**	.670**	.635**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

UJI REGRESI TAHAP I

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.751	.743	2.81887

a. Predictors: (Constant), Total Quality Management

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	790.180	1	790.180	99.443	.000 ^b
	Residual	262.220	33	7.946		
	Total	1052.400	34			

a. Dependent Variable: Inovasi

b. Predictors: (Constant), Total Quality Management

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.584	6.337		.250	.804
	Total Quality Management	.692	.069	.867	9.972	.000

a. Dependent Variable: Inovasi

UJI REGRESI TAHAP II

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.629	3.17906

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Total Quality Management

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	603.279	2	301.640	29.846	.000 ^b
	Residual	323.406	32	10.106		
	Total	926.686	34			

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Total Quality Management

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.773	7.154		-1.506	.142
	Total Quality Management	.394	.157	.526	2.515	.017
	Inovasi	.288	.196	.307	1.467	.152

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan