

**PENGARUH MANAJEMEN KUALITAS TERHADAP KINERJA USAHA
MELALUI INOVASI PRODUK
(Studi Usaha Kerupuk Sagu di Kabupaten Kuantan Singingi)**

Wilda Apusma¹⁾, Samsir²⁾, Iwan Naulay Daulay²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

E-mail: wildaapusma170797@gmail.com

*The Influence of Quality Management On Business Performance Through
Product Innovation*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Quality Management (X) on Product Innovation (Y) and Business Performance (Z) of Kerupuk Sagu Business at Kuantan Singingi. The population of study was 137 owners of Kerupuk Sagu Business and the samples were 102 people, it's based on Slovin formula. Structural Equation Model (SEM) with SmartPLS version 3. was used as methods of data analysis. The results were: 1) Quality Management had a positive and significant effect on Product Innovation; 2) Quality Management had a positive and significant effect on Business Performance; 3) Product Innovation had a positive and significant effect on Business Performance; 4) Quality Management had a positive and significant effect on Business Performance throughwork Product Innovation.

Keywords: Quality Management, Product Innovation, and Business Performance.

PENDAHULUAN

Berdasarkan dapat jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kuantan Singingi tahun 2016-2020, dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi terus mengalami pertumbuhan dalam 5 tahun terakhir, di mana pada tahun 2016 jumlah UMKM adalah 12.752 unit dan pada tahun 2020 berjumlah 12.788 unit. Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi telah berhasil dalam menumbuhkan UMKM di daerahnya.

Selanjutnya berdasarkan data BPS Indonesia, kebanyakan UMKM

yang berkembang di Indonesia bergerak di bidang kuliner. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang dapat terus dikembangkan dan memiliki potensi baik di pasar. Salah satu industri UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan terus tumbuh dalam beberapa tahun terakhir di Kabupaten Kuantan Singingi adalah usaha kerupuk sagu.

Walaupun jumlah UMKM mengalami peningkatan dan usaha kuliner kerupuk sagu sedang berkembang, tapi nilai kontribusi UMKM terhadap PDRB Kabupaten Kuantan Singingi mengalami fluktuasi atau ketidakstabilan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Nilai Kontribusi UMKM Terhadap PDRB Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2016-2020

| Tahun | Nilai Kontribusi (%) | Pertumbuhan (%) |
|-------|----------------------|-----------------|
| 2016 | 16,77 | - |
| 2017 | 17,52 | 4,47 |
| 2018 | 17,34 | -1,03 |
| 2019 | 18,27 | 5,36 |
| 2020 | 17,91 | -1,97 |

Sumber: Diskopdagrin Kabupaten Kuantan Singingi, 2021.

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai kontribusi UMKM terhadap PDRB Kabupaten Kuantan Singingi mengalami fluktuasi selama periode 2016-2020, dan pada periode tahun 2020 mengalami penurunan sebesar -1,97. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi mengalami penurunan.

Menurut Nurandini dan Lataruva (2014), kinerja dapat diartikan sebagai tingkatan pencapaian yang diperoleh atas hasil kerja tertentu. Sementara itu, kinerja dalam kegiatan bisnis dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian hasil atas terwujudnya tujuan kegiatan bisnis tersebut. UMKM sebagai organisasi yang melakukan kegiatan bisnis juga akan memiliki harapan untuk memiliki kinerja yang baik dan meningkat sehingga tujuan dari UMKM akan tercapai. Akan tetapi, pada kenyataannya, kinerja UMKM tidak selalu berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, salah satunya adalah inovasi.

Menurut Porter dalam Kuncoro (2013), keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja

perusahaan untuk bersaing dan berkembang dari nilai yang perusahaan mampu menciptakan bagi pelanggannya dan dapat mempertahankan diri dari tekanan-tekanan kompetitif pasar. Ketika suatu organisasi mulai memberikan perhatian pada lingkungan kompetisi, maka inovasi akan menjadi salah satu faktor kunci kesuksesan. Lebih lanjut Rata *et al.* (2011) menjelaskan kurangnya inovasi produk (penciptakan ide inovatif pada produk, modifikasi produk-produk lama, dan menyediakan produk yang relatif baru di pasar) dapat menurunkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UMKM adalah menerapkan inovasi dan pemanfaatan teknologi, yang dapat meningkatkan kinerja bisnis organisasi.

Untuk mengetahui sejauh mana inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi, penulis melakukan pra survei awal terhadap 20 unit usaha kerupuk sagu.

Tabel 2. Hasil Pra Survei Inovasi Produk Kerupuk Sagu di Kabupaten Kuantan Singingi

| No | Pernyataan | Ya | | Tidak | |
|----|---|----|-----|-------|------|
| | | F | % | F | % |
| 1 | Produk kerupuk sagu memiliki kemasan yang menarik. | 0 | 0% | 20 | 100% |
| 2 | Produksi kerupuk sagu menggunakan teknik yang berbeda dari pesaing. | 2 | 10% | 18 | 90% |
| 3 | Produk kerupuk sagu memiliki beberapa varian rasa. | 0 | 0% | 20 | 100% |

Sumber: Hasil Pra Survei, 2021.

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi masih belum menerapkan inovasi terhadap produknya. Hal ini dapat dilihat dari kemasan kerupuk sagu yang tidak memiliki desain yang menarik kualitas, teknik produksi yang tidak jauh berberda dengan pesaing, dan kerupuk sagu hanya memiliki rasa original atau tidak ada varian rasa lain. Kurangnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memproduksi kerupuk sagu menyebabkan tidak ada ciri khas yang membedakan antara produk satu usaha dengan usaha lainnya, sehingga tidak ada keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dalam usaha ini. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha kerupuk sagu harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk yang dimilikinya.

Salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing produk kerupuk sagu adalah dengan memastikan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Menurut Tjiptono (2015), untuk menjaga agar produksesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan, diperlukan adanya program kualitas atau yang lebih dikenal dengan manajemen kualitas. Penerapan manajemen kualitas yang baik, akan dapat secara efektif mengeliminasi pemborosan dan meningkatkan kemampuan bersaing dari produk yang dijual.

Salah satu ukuran adanya jaminan kualitas produk pangan adalah Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Berdasarkan peraturan Badan

Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 pasal 1 ayat 13, Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang selanjutnya disingkat SPP-IRT adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota terhadap Pangan Produksi IRTP di wilayah kerjanya yang telah memenuhi persyaratan pemberian SPP-IRT dalam rangka peredaran Pangan Produksi IRTP.

Akan tetapi, berdasarkan pra survei yang penulis lakukan terhadap 20 unit usaha kerupuk sagu menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pra Survei Usaha Kerupuk Sagu yang Sudah Memiliki SPP-IRT di Kabupaten Kuantan Singingi

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|------------------------|--------|------------|
| Sudah memiliki SPP-IRT | 7 | 35% |
| Belum memiliki SPP-IRT | 13 | 65% |

Sumber: Hasil Pra Survei, 2021.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa dari 20 unit usaha kerupuk sagu yang disurvei, hanya 35% yang sudah memiliki SPP-IRT dan sisanya 65% belum memiliki SPP-IRT. Hal ini kemudian mengindikasikan bahwa belum mendaftarkan usahanya dan belum memenuhi persyaratan peredaran Pangan Produksi IRTP, sehingga menyebabkan jaminan kualitas produk kerupuk sagu yang diproduksinya masih belum sesuai standar.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih permasalahan yang terjadi sehingga peneliti mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Manajemen Kualitas Terhadap**

Inovasi Produk dan Kinerja Usaha (Studi Usaha Kerupuk Sagu di Kabupaten Kuantan Singingi)”

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penulis menentukan batasan masalah yang akan dibahas sebagai berikut: 1) Bagaimana pengaruh Manajemen Kualitas terhadap Inovasi Produk? 2) Bagaimana pengaruh Manajemen Kualitas terhadap Kinerja Usaha? 3) Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha? 4) Bagaimana pengaruh Manajemen Kualitas terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk?

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh: 1) Manajemen Kualitas terhadap Inovasi Produk. 2) Manajemen Kualitas terhadap Kinerja Usaha. 3) Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha. 4) Manajemen Kualitas terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Usaha

Kinerja adalah sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang diterapkan. Kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan dapat menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Menurut Rivai (2011), kinerja usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang

diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen, dan sebagainya.

Nuvriasari (2012) mendefinisikan kinerja usaha merupakan fungsi hasil-hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor intern dan ektern dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Moehersono (2012), kinerja usaha merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategi suatu organisasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.

Inovasi Produk

Inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing didasarkan pada kreativitas yang didapatkan melalui proses mudah alih teknologi dan pengelolaan kemitraan, sehingga dianggap sebagai fungsi penting dari bisnis setelah pemasaran. Menurut Zimmerer (2008), inovasi merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

Kotler dan Keller (2013) menjelaskan bahwa inovasi berkaitan dengan produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang.

Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun, Kotler menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru tetapi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru.

Sedangkan menurut Roring dan Soegoto (2015), inovasi berkelanjutan dalam suatu usaha merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Secara konvensional, istilah inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan pemikiran atau ide untuk mengembangkan produk atau jasa, strategi, dan proses baru dalam upaya menciptakan keunggulan dan mendapatkan pelanggan.

Manajemen Kualitas

Heizer dan Render (2011) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan suatu produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Russel dan Taylor dalam Wibowo (2012), kualitas merupakan totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras untuk memuaskan kebutuhan tertentu.

Untuk memahami makna kualitas, dapat dilihat dari perspektif konsumen dan produsen. Pada perspektif pelanggan, kualitas mempunyai banyak dimensi dan mungkin diterapkan dalam satu

waktu. Pelanggan melihat dari dimensi berikut:

1. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
2. Nilai (*value*)
3. Cocok untuk digunakan (*fitness for use*)
4. Dukungan (*support*)
5. Kesan psikologi (*psychological impressions*)

Sedangkan dari perspektif produsen, yang penting adalah *quality of conformance* atau kualitas kecocokan atau dalam arti kesesuaian terhadap spesifikasi dan biaya. Kualitas kecocokan adalah untuk memastikan bahwa produk atau jasa dihasilkan sesuai desain. Artinya, kualitas selama produksi difokuskan untuk memastikan bahwa produk memenuhi spesifikasi yang ditentukan oleh desain. Kedua perspektif tersebut saling tergantung satu sama lain. Meskipun desain produk dibuat atas dasar motivasi konsumen, tetapi tidak akan pernah tercapai tanpa koordinasi dan partisipasi proses produksi.

Pada sistem tradisional, kegiatan kualitas dilakukan pada akhir proses atau setelah selesai proses produksi sehingga jika dalam proses inspeksi tersebut ditemukan produk yang cacat atau tidak layak maka perusahaan akan melakukan pengerjaan ulang. Karena adanya kekurangan pada sistem manajemen kualitas tradisional tersebut, maka sistem manajemen kualitas modern pun mulai dikembangkan. Sistem manajemen kualitas modern lebih fokus pada orientasi konsumen (*consumer oriented*), di mana tanggung jawab kualitas merupakan

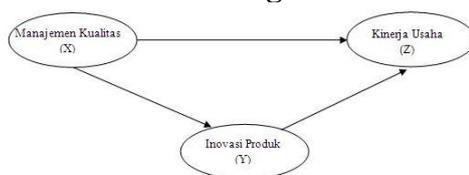
tanggung jawab seluruh anggota organisasi dan manajemen.

Menurut Nasution (2011), sistem manajemen kualitas modern dapat dicirikan dengan lima karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem kualitas modern berorientasi kepada konsumen.
2. Sistem kualitas modern dicirikan dengan adanya partisipasi aktif dalam proses peningkatan kualitas secara kontinu.
3. Sistem kualitas modern dicirikan dengan adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab yang spesifik untuk terjaminnya kualitas.
4. Sistem kualitas modern dicirikan adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan, bukan berfokus pada upaya mendeteksi kerusakan saja.
5. Sistem kualitas modern dicirikan adanya suatu filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan suatu jalan hidup.

Kerangka Penelitian

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan atau yang akan diuji adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Kualitas berpengaruh terhadap Inovasi Produk.
2. Manajemen Kualitas berpengaruh terhadap Kinerja Usaha.

3. Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Usaha.

4. Manajemen Kualitas berpengaruh terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), objek penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan pada usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi, Riau.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh unit usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi yang berjumlah 137. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 5%, sehingga jumlah sampel yang akan diteliti berjumlah 102.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik pengambilan sampel yang termasuk dalam *probability sampling* adalah *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2012), *proportionate stratified random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak

homogen dan berstrata secara proporsional.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan dua jenis data, yaitu: 1) Data primer, adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung melalui wawancara, dengan mengamati peristiwa, orang, dan objek; atau dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi. 2) Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari sumber yang telah ada, seperti data dari Diskopdagrin Kabupaten Kuantan Singingi, jurnal, dan buku yang relevan atau terkait dengan objek penelitian..

Konsep Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah rumusan yang mengenai variabel yang akan diteliti. Definisi operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan tentang variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang digunakan. Tujuan dari dirumuskannya konsep definisi operasional variabel adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan atau kesalahan terhadap persepsi dalam penelitian.

Variabel Kinerja Usaha (Z) diukur dengan menggunakan indikator menurut Samsir dkk. (2013) sebagai berikut: 1) Peningkatan jumlah penjualan; 2) Peningkatan asset atau kekayaan; 3) Peningkatan profit.

Variabel Inovasi Produk (Y) diukur menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Kotler dan Armstrong (2008) sebagai berikut: 1)

Kualitas produk; 2) Varian rasa; 3) Gaya dan desain produk.

Sedangkan variabel Manajemen Kualitas (X) diukur menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Gasperz dalam Nasution (2011), yaitu: 1) Tingkat proses; 2) Tingkat *output*; 3) Tingkat *outcome*.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi perangkat lunak SmartPLS versi 3. SmartPLS merupakan alat yang handal untuk menguji model prediksi karena tidak mendasarkan pada berbagai asumsi, dapat digunakan untuk memprediksi model dengan landasan teori yang lemah, dapat digunakan pada data yang mengalami masalah dengan asumsi klasik (seperti data tidak berdistribusi normal, masalah multikolinearitas dan masalah autokorelasi), dapat digunakan untuk ukuran sampel yang kecil dan untuk konstruk formatif dan reflektif (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

HASIL PENELITIAN

Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui analisis faktor konfirmatori dengan menguji validitas *convergent* dan validitas *discriminant*.

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh nilai *loading factor* > 0,7 dan nilai Akar AVE > Korelasi variabel laten, serta nilai *cross loading* > 0,7. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada setiap variabel telah memenuhi kriteria uji validitas, baik konvergen maupun diskriminan.

Hasil Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas, nilai *cronbach's alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,60 dan seluruh nilai *composite reliability* pada semua variabel lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, dalam model penelitian ini semua variabel yang digunakan telah memenuhi reliabilitas.

Hasil Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS diperoleh nilai R^2 sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai R Square

| Variabel Endogen | R^2 |
|------------------|-------|
| Inovasi Produk | 0,226 |
| Kinerja Usaha | 0,691 |

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2021.

Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai *R Square* Inovasi Produk sebesar 0,226. Artinya adalah sebesar 22,6% variabel Inovasi Produk dipengaruhi oleh Manajemen Kualitas. Kemudian diperoleh nilai *R Square* Kinerja Usaha sebesar 0,691. Artinya, sebesar 69,1% variable Kinerja Usaha dipengaruhi oleh Manajemen Kualitas dan Inovasi Produk.

Untuk menghitung koefisien determinasi totalnya dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R^2 \text{ model} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\
 &= 1 - (1 - 0,226) (1 - 0,691) \\
 &= 1 - (0,774) (0,309) \\
 &= 1 - 0,239 \\
 &= 0,761
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil persamaan di atas, diperoleh nilai ketetapan model sebesar 0,761. Hal ini berarti bahwa kontribusi model tersebut dalam menjelaskan hubungan struktural dari keempat variabel yang diteliti adalah sebesar 76,1%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dikatakan baik dan layak untuk dilakukan pengujian hipotesis.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

| Pengaruh | Path Coefficients | T-Statistics | P-Values | Keputusan |
|---|-------------------|--------------|----------|-----------|
| Manajemen Kualitas -> Inovasi Produk | 0,475 | 6,669 | 0,000 | Diterima |
| Manajemen Kualitas -> Kinerja Usaha | 0,139 | 2,128 | 0,034 | Diterima |
| Inovasi Produk -> Kinerja Usaha | 0,756 | 16,130 | 0,000 | Diterima |
| Manajemen Kualitas -> Inovasi Produk -> Kinerja Usaha | 0,359 | 5,747 | 0,000 | Diterima |

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2021.

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai *path coefficients* sebesar 0,475 dan

nilai *t-statistics* 6,669 dengan *p-value* 0,000. Nilai *path coefficient* yang positif menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Produk. Ini berarti bahwa semakin baik manajemen kualitas maka kemampuan suatu usaha untuk melakukan inovasi produk juga akan semakin baik. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Nilai *path coefficients* yang diperoleh adalah sebesar 0,139 dan nilai *t-statistics* 2,128 dengan *p-value* 0,034. Nilai *path coefficient* yang bernilai positif menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik manajemen kualitas maka kinerja usaha juga akan semakin meningkat. Dengan demikian, maka hipotesis kedua penelitian ini diterima

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Diperoleh nilai *path coefficients* sebesar 0,756 dengan nilai *t-statistics* 16,130 dengan *p-value* 0,000. Kemudian nilai *path coefficient* yang bertanda positif, maka dapat diartikan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya, semakin baik inovasi produk usaha kerupuk sagu maka kinerja usaha juga akan meningkat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis Keempat (H₄)

Diperoleh nilai *path coefficients* sebesar 0,359 dengan *t-statistics* 5,747 dengan *p-value* 0,000. *Path coefficient* bernilai positif menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk. Artinya, semakin baik manajemen kualitas yang diterapkan dalam memproduksi kerupuk sagu maka kemampuan usaha untuk melakukan inovasi juga akan meningkat dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja usaha kerupuk sagu. Dengan demikian, hipotesis keempat penelitian ini dapat diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Manajemen Kualitas Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Inovasi Produk pada usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi. Artinya, semakin baik manajemen kualitas suatu produk maka inovasi produk juga akan semakin meningkat (baik). Akan tetapi, apabila manajemen kualitas tidak baik maka inovasi produk yang dilakukan akan turun (buruk).

Sabrianto (2019) menyebutkan bahwa manajemen kualitas berpengaruh positif terhadap inovasi produk. Hoang dkk. (2006) menegaskan bahwa manajemen kualitas dianggap sebagai bagian dari praktek memiliki dampak positif pada inovasi perusahaan. Mereka menemukan bahwa kepemimpinan

dan manajemen orang, proses dan manajemen straregis dan organisasi terbuka memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan inovasi produk. Dalam hal ini praktik manajemen kualitas merupakan bagian dari inovasi proses, bagaimana manajemen kualitas dapat mengontrol dan mengawasi setiap proses inovasi dengan pertimbangan biaya-biaya yang dikeluarkan atas setiap kegiatannya dan memperhatikan teknologi yang digunakan. Li dkk. (2012) menyatakan secara umum bahwa inovasi produk sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan menjadi semakin penting sebagai sarana bertahan hidup bukan hanya dalam pertumbuhan.

Pengaruh Manajemen Kualitas Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha pada usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi. Artinya, semakin baik manajemen kualitas suatu produk maka kinerja usaha juga akan semakin meningkat (baik). Akan tetapi, apabila manajemen kualitas tidak baik maka kinerja usaha yang dilakukan akan turun (buruk).

Lakhal *et al.* (2006) menyebutkan bahwa keberhasilan implementasi manajemen kualitas pada sebuah perusahaan dapat diketahui dengan mengukur kinerja perusahaan secara menyeluruh. Ukuran kinerja perusahaan dapat diukur dengan tiga ukuran kinerja yaitu kinerja keuangan, kualitas

produk, dan kinerja operasional. Kiswanto (2007) yang meneliti mengenai pengaruh manajemen kualitas terhadap kinerja perusahaan yang menghasilkan kesimpulan manajemen kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha rumahan yang memiliki potensi besar dalam perekonomian harus memperhatikan pentingnya penerapan manajemen kualitas. Tujuannya adalah untuk mempertahankan kinerja yang optimal agar mampu bersaing dengan banyaknya kompetitor sejenis ataupun kompetitor lainnya.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Inovasi Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha pada usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi. Artinya, semakin baik inovasi produk suatu usaha maka kinerja usaha juga akan semakin meningkat (baik). Akan tetapi, apabila inovasi produk tidak baik maka kinerja usaha yang dilakukan akan turun (buruk).

Beberapa penelitian menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yamirudin (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh inovasi produk yang signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan semakin baik inovasi produk yang dilakukan perusahaan maka akan mendorong tingginya kinerja perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian Haryono dan Sabar (2017), yang menunjukkan bahwa

inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Suendro (2010) yang menunjukkan bahwa inovasi produk mempengaruhi kinerja pemasaran.

Pengaruh Manajemen Kualitas Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Produk

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Manajemen Kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk pada usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi. Artinya, semakin baik inovasi produk suatu usaha maka kinerja usaha juga akan semakin meningkat (baik). Akan tetapi, apabila inovasi produk tidak baik maka kinerja usaha yang dilakukan akan turun (buruk).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen Kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya manajemen kualitas yang baik maka akan berpengaruh positif bagi kinerja bagi suatu usaha.
2. Manajemen Kualitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi-inovasi yang dilakukan oleh suatu usaha dipengaruhi oleh adanya manajemen kualitas yang baik, sehingga dengan adanya

penerapan manajemen kualitas akan memberikan dampak positif terhadap inovasi produk.

3. Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Setali dengan hasil dari manajemen kualitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi produk maka dengan itu inovasi produk yang baik tersebut juga berdampak memiliki pengaruh yang positif pula terhadap kinerja dari suatu usaha.
4. Adanya pengaruh tidak langsung Manajemen Kualitas terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk yang berpengaruh signifikan.

Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun saran dari penulis yang diberikan sebagai berikut:

1. Manajemen kualitas secara keseluruhan termasuk kategori rendah. Oleh karena itu, diperlukan adanya manajemen dari pemilik usaha kerupuk sagu di kabupaten kuantan singingi dalam mengelola usaha agar tetap memperhatikan kualitas dari produk/barang. Hal ini perlu dilakukan agar para konsumen merasa puas dan akan percaya dengan produk/barang yang dipasarkan.
2. Inovasi produk yang digunakan sebagai variabel mediasi masih tergolong kategori rendah. Sebagai variabel penghubung inovasi produk sangat penting untuk diterapkan dalam

meningkatkan keberlangsungan usaha agar tidak kalah saing dengan produk usaha lainnya. Maka dari itu pemilik usaha kerupuk sagu di Kabupaten Kuantan Singingi perlu menerapkan inovasi-inovasi baru dalam penerapan usaha kerupuk sagu.

3. Variabel kinerja usaha memiliki nilai rata-rata keseluruhan, yaitu rendah. Usaha yang baik adalah usaha yang memiliki kinerja yang baik, maka dari itu kinerja dari suatu usaha harus diperhatikan. Hal ini bertujuan untuk keberlangsungan usaha itu sendiri, untuk tetap bertahan maka pemilik usaha diharuskan untuk lebih kreatif, inovatif dan cermat dalam melihat kondisi saat ini, dengan banyaknya pesaing-pesaing yang bermunculan menjadi ancaman bagi suatu usaha untuk lebih keras dalam menjalankan usaha, maka dari itu diperlukan kinerja yang lebih optimal dalam menjalankan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, & Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Abraham, Luis Andrew dan Jani Rahardjo. 2015. Peran Organisasi dan Suasana Inovasi untuk Kinerja UKM. *Jurnal Titra, Vol. 3, No. 2, Juli 2015*.
- Arbaatun, Aljannatu. 2018. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Seminar Nasional 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman*.
- Cahyoadi, Bayu. 2017. Study Tentang Peningkatan Kinerja UKM Melalui Pendekatan Faktor Inovasi Organisasi, Teknologi, Budaya Perusahaan, dan Lingkungan Eksternal.
- Dewi, Dian Novita. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Perusahaan Roti di Kota Semarang.
- Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Hendra N. Tawas. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, ISSN 2303-1174*.
- Fajar ND, Mukti. 2016. *UMKM di Indonesia: Perspektif Hukum Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2014. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gibson, James L., John M. Ivancevich, dan James H. Donnelly Jr. 2012. *Organizational: Behavior, Structure, and Processes, 14th Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2011. *Manajemen Operasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendriyanto, Asepta. 2015. Analisis Pengaruh Jaringan Usaha dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 6 Nomor 1, Mei 2015, p-ISSN 2086-3748*.
- Hung, Richard Yu-Yuan, Bella Ya-Hui Lien, Shih-Chieh Fang, and Gary N. McLean. 2010. Knowledge as a Facilitator for Enhancing Innovation Performance through Total Quality Management. *Total Quality Management, Vol. 21, No. 4, April 2010. ISSN: 1478-3363*.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Penerbit: Erlangga.
- Leavengood, Scott, Timothy R. Anderson, and Tugrul U. Daim. 2014. Exploring Linkage of Quality Management to Innovation. *Total Quality Management, 2014. Vol. 25, No. 10. ISSN: 1478-3363*.
- Masnita, Yolanda, Abdul Rahman, and Andhika Veraldy. 2019. Innovation Mediating TQM and Firm Performance In The SMEs Sector. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik – Vol. 03 No. 02, November 2019*.
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nasution, H. N. 2011. *Inovasi Organisasi: Konsep Pengukuran*. Bandung: Alfabeta.
- Nurandini, Arina dan Eisha Lataruva. 2014. Analisis Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi (Studi Pada Pegawai Perum Perumnas Jakarta). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi No. 1 Vol. 1*.
- Nuvriasari, Audita. 2012. Mengelola Hubungan dengan Pelanggan pada Praktik Pemasaran Bussines to Bussines (B2B) dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas. *Jurnal No. 13 Vol. 1, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Permana, Indra. 2017. Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto.

- Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 19 No. 2, Agustus 2017.*
- Prawirosentono, Suyadi. 2011. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rivai, Veithzal. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktek*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Roring, Billy dan Agus Supandi Soegoto. 2015. *Pencitraan Merek, Penetapan Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Membeli Mobil Toyota Avanza di Kota Manado*. *Jurnal EMBA Vol. No. 3, September 2015.*
- Salaheldin, Ismail. 2008. *Critical Succes Factor for TQM Implementation and Their Impact on Performance of SMEs*. *International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 58, No. 3.*
- Setiasi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shandra, Eka Putri. 2018. *Pengaruh Lingkungan Industri, Perilaku Kewirausahaan, dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Logam Skala Mikro*. *Jurnal Ekonomi Vol. 1 No. 4.*
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wurjaningrum, Febriana dan Reynanda. 2012. *Pengaruh Perbaikan Kualitas Terhadap Kinerja Operasi UKM Garmen Surabaya dengan Perbaikan Produktivitas Sebagai Variabel Intervening*. *Buletin Studi Ekonomi, Volume 17, No. 2, Agustus 2012, ISSN 1410-4628.*
- Zimmere, Thomas W. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.