

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan revolusi industri yang bergerak semakin masif membawa banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan, terutama pada sektor bisnis. Sektor bisnis terus bertransformasi untuk menghadapi era revolusi industri saat ini. Revolusi Industri saat ini mengakibatkan setiap perusahaan dihadapkan pada perubahan kondisi bisnis yang semakin masif dan kompetitif (Sit, 2018, hal. 109). Tantangan digitalisasi membuat perusahaan harus bergerak cepat dalam merespon lingkungan bisnis. Fenomena tersebut mengakibatkan persaingan bisnis antar perusahaan semakin meningkat. Oleh karena itu, kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa sehingga terciptanya value bagi konsumen dan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis saat ini.

Indonesia merupakan negara dengan potensi ekonomi yang baik, potensi yang menarik perhatian dunia internasional. Berdasarkan laporan *International Monetary Fund (IMF)* 2018 Indonesia dinilai sebagai salah satu negara ekonomi pasar berkembang yang memiliki potensi tinggi di dunia dan memiliki kondisi yang baik untuk membuat perubahan kesejahteraan masyarakat di masa depan serta mampu memanfaatkan tren yang menguntungkan secara komprehensif. Oleh karena itu, Indonesia terus mendorong perekonomian agar dapat memajukan taraf kehidupan dan kemakmuran masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan Indonesia dalam mendorong perekonomian adalah

meningkatkan jumlah wirausaha. Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) menerbitkan Peraturan Presiden RI (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024. Yang ditandatangani pada tanggal 3 Januari, menyatakan pengembangan Kewirausahaan Nasional sangat diperlukan untuk mengejar ketertinggalan jumlah wirausaha di Indonesia yang masih mencapai 3,47 persen, hal tersebut terbilang kecil mengingat banyaknya jumlah penduduk di Indonesia.

Selain itu, berdasarkan laporan *Global Entrepreneurship Index (GEI)* 2019 yang disusun oleh (Asad, 2019) Indonesia menempati urutan ke-75 dari 137 negara yang berkaitan dengan jumlah wirausaha. Dalam era persaingan saat ini, tentu peran wirausaha sangat diperlukan karena aktivitas yang dilakukan oleh wirausaha dinilai produktif dan mampu melakukan banyak inovasi sehingga akan berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Saat ini, salah satu fokus pemerintah dalam meningkatkan perekonomian nasional adalah penguatan sektor UMKM. Kondisi tersebut memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Sektor UMKM berperan secara sentral dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka kesempatan kerja, dan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan (Sinarwati, 2019). Berdasarkan data KEMENKOPUKM, (2019) menyatakan UMKM berkontribusi sebesar 99,99 persen dari total industri yang aktif di Indonesia dan sumbangsih pelaku UMKM terhadap PDB atas harga berlaku sebesar 60,51 persen.

UMKM dinilai sebagai kontributor utama bagi sebagian besar industri dan negara, UMKM dapat menanggapi ekspektasi konsumen dan mempertahankan keunggulan bersaing di pasar. Dengan struktur modal yang tidak terlalu besar, sistem manajemen organisasi yang sederhana, dan mempermudah masyarakat dalam menjalankan kegiatan ekonomi, UMKM dinilai mampu menjadi alat untuk mewujudkan perekonomian yang ideal. Namun, persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM memiliki strategi bisnis yang efektif agar dapat berkembang dan mampu mempertahankan eksistensi usahanya (Afiyati & Murni., 2019). Setiap UMKM diwajibkan melakukan perbaikan secara terus menerus baik dari segi produk maupun jasa sehingga mampu mendorong pertumbuhan pasar dan mengatur persaingan dengan baik.

Di era penuh persaingan menuntut UMKM untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan agar dapat mengejar ketertinggalan produktivitas pada perusahaan besar. Kesadaran kualitas tentu diperlukan bagi UMKM karena dengan adanya kesadaran kualitas akan meningkatkan kinerja UMKM, baik dari segi finansial maupun non finansial. Salah satu konsep untuk menimbulkan kesadaran kualitas adalah dengan menerapkan Total Quality Management (TQM). (Hilman, 2019) menyatakan bahwa kemajuan globalisasi yang semakin cepat menuntut Usaha Besar dan UMKM harus mengadopsi TQM untuk meningkatkan kinerjanya di pasar yang semakin kompetitif. Terdapat penelitian terbaru yang menguji TQM sebagai model keunggulan bisnis dan meningkatkan kinerja Usaha Besar dan UMKM (Talib, 2014). TQM merupakan

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

Kabupaten Cilacap merupakan salah satu kabupaten terluas yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Membentang luas lebih dari 225.000.000 Ha termasuk pulau Nusakambangan. Wilayah Kabupaten Cilacap terdiri dari 24 Kecamatan, 269 Desa dan 15 Kelurahan. Melihat potensi wilayah yang terbilang luas ini menjadikan Kabupaten Cilacap memiliki sebuah potensi yang bagus untuk dikembangkan baik di sektor pertanian, perkebunan, perikanan maupun pariwisatanya. Tetapi untuk mengembangkan sektor-sektor berikut tentunya membutuhkan trobosan-trobosan dan strategi yang tepat tujuannya yaitu untuk dapat mengembangkan potensi yang sudah ada menjadi sesuatu yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan UMKM Di Kabupaten Cilacap terbilang sangat bagus dilihat dari data Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM), Jumlah UMKM di Kabupaten Cilacap di Tahun 2019 ada 19.407 UMKM dan di Tahun 2022 Mencapai 20.970 UMKM. Kenaikan jumlah angka tersebut mencapai seribu tenaga kerja dalam kurun waktu tiga tahun. Untuk meningkatkan nilai produk khas Cilacap Melalui Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) menggelar UMKM Cilacap Fest 2023 di Gedung PLUT-KUMKM Kabupaten Cilacap selama dua hari, tepatnya jumat dan sabtu (3-4/11/2023). Hal ini merupakan peluang yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Cilacap semakin meningkat di tahun-tahun yang akan datang.

Selain itu, terdapat elemen penting lainnya yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan yaitu orientasi pasar. Informasi mengenai kondisi pasar penting bagi perusahaan yang menekankan orientasi pasar untuk mengetahui preferensi pasar dan mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen pada saat ini, serta maupun memprediksi kebutuhan di masa yang akan datang (Hamel & Wijaya, 2020). Orientasi pasar juga menjadi salah satu elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Jabeen & Mahmood (2015) yang menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan strategi yang diterapkan oleh UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan sehingga mampu menarik pelanggan. Selain itu mereka juga menyatakan bahwa sangat penting bagi UKM dalam menerapkan strategi seperti, Total Quality Management dan orientasi pasar dalam merespon lingkungan bisnis yang kompetitif sehingga dapat mencapai kinerja UKM yang lebih baik. Berangkat dari uraian latar belakang masalah yang telah disebutkan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: **“Pengaruh TQM Terhadap kinerja UMKM Melalui Orientasi Pasar Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di DPKUKM Kabupaten Cilacap).”**

B. Rumusan Masalah

Beberapa penelitian terdahulu telah menguji pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, masih sedikit peneliti yang membahas pengaruh TQM terhadap UMKM dalam beberapa dekade terakhir. Selain itu, beberapa penelitian menyimpulkan hasil yang signifikan antara pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM.

Namun, terdapat penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan mengenai pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi UMKM. Hal tersebut adanya kontradiksi hasil pada penelitian terdahulu.

Kemudian, penelitian yang menguji peran orientasi pasar sebagai perantara hubungan TQM dengan kinerja organisasi dinilai masih minim oleh penelitian terdahulu. Oleh sebab itu, penulis merumuskan pertanyaan penelitian mengenai pentingnya TQM dan Orientasi Pasar untuk meningkatkan kinerja organisasi terutama UMKM, sebagai berikut:

1. Apakah TQM memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Cilacap?
2. Apakah TQM memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar di Cilacap?
3. Apakah orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Cilacap?
4. Apakah orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap Kinerja UMKM di Cilacap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui TQM memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Cilacap.
2. Untuk mengetahui TQM memiliki pengaruh positif terhadap orientasi pasar di Cilacap.
3. Untuk mengetahui orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Cilacap.
4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar memediasi hubungan TQM terhadap kinerja UMKM di Cilacap.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian tentang Pengaruh TQM Terhadap Kinerja UMKM Melalui Orientasi Pasar Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus di DPKUKM Kabupaten Cilacap).

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Bagi pelaku usaha UMKM penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi dan peningkatan kinerja bagi para pelaku UMKM.
- b. Menambah referensi dan dijadikan acuan penelitian untuk bidang akuntansi manajemen, terutama bagi yang ingin meneliti TQM dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.
- c. Bagi peneliti UMKM penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi dan informasi dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Memberikan informasi bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya penerapan TQM untuk meningkatkan kinerja UMKM di Cilacap.
- b. Memberikan masukan bagi pelaku UMKM mengenai orientasi pasar dalam meningkatkan nilai produk atau layanan yang sesuai dengan preferensi pasar.