
**PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM)*
TERHADAP KINERJA INNOVATIF : PERGOLAKAN PASAR
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yesi Mutia Basri

Jurusan Akuntansi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru-Pekanbaru 28293

ABSTRAK

This paper examines the relationship between Total Quality Management (TQM) and innovation performance, and moderating effect market turbulence. The empirical data for this study was drawn from a survey of 58 middle/senior managers from services firms in Pekanbaru. The analysis was conducted using Regression analysis. The findings indicate that TQM has not impact on innovative performance and market turbulence moderated relationship TQM innovative performance.

PENDAHULUAN

Munculnya Total Quality Management (TQM) telah menjadi salah satu perkembangan utama dalam praktik manajemen. TQM mulai diperkenalkan di AS sekitar tahun 1980, terutama dalam menanggapi tantangan kompetitif dari perusahaan Jepang. Pengakuan TQM sebagai keunggulan kompetitif telah meluas di seluruh dunia, terutama di Barat negara (Prayogo dan Sohal,2000).

Di sisi lain inovasi juga memiliki peran penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dalam persaingan saat ini. Tushman dan Nadler (1986) menyatakan: dalam lingkungan bisnis saat ini, eksekutif memiliki tugas yang lebih penting dalam melakukan inovasi dan perubahan untuk bersaing dalam lingkungan yang selalu berubah, perusahaan harus menciptakan produk baru, jasa, dan proses, untuk mendominasi maka perusahaan harus melakukan inovasi agar perusahaan tetap hidup.

Walaupun beberapa penelitian menunjukkan bahwa implementasi TQM dapat meningkatkan inovasi perusahaan, akan tetapi terdapat beberapa kontroversi dalam penerapan TQM. Adanya kontraversi hasil antara penelitian ini kemungkinan disebabkan adanya faktor lain yang ikut mempengaruhi penerapan TQM terhadap kinerja perusahaan. Beberapa peneliti lain telah melakukan penelitian mengenai TQM terhadap kinerja organisasi dengan meneliti berbagai variabel dan analisis serta metode yang berbeda-beda. Hubungan antara TQM dan kinerja organisasi dianalisa menurut derajat tingkat implementasi tentang unsur-unsurnya (kepemimpinan, kultur berorientasi kualitas, sistem pengahargaan,

keikutsertaan karyawan, dll.) seperti yang diteliti Ugboro dan Obeng (2000), Prayogo dan Sohal (2004), Sila (2007), Jung, Wang & Wu (2009), Christos et al (2010), Salaheldin (2011). Keberhasilan penerapan TQM selain dipengaruhi oleh faktor internal juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti karakteristik lingkungan dan strategi organisasi dan pasar Prayogo dan Sohal (2006); Vijande et al (2007); Fuentes et al. (2004); Pamela et.al (2010).

Slater and Narver (1995) meneliti pergolakan pasar (market turbulence) sebagai variabel yang ikut mempengaruhi keberhasilan penerapan TQM dalam perusahaan. Gejolak (turbulensi) dipahami sebagai gangguan terus-menerus pada kegiatan ekonomi khususnya produk pasar, yang menyebabkan terjadinya perubahan. Perubahan dapat terjadi pada program, komposisi tenaga kerja, dan disain kerja. Pada saat terjadinya gejolak pasar yang tinggi perusahaan dituntut untuk harus tetap survive. Tingginya gejolak pasar menyebabkan perusahaan lebih berorientasi pada pasar untuk melakukan prediksi perubahan kebutuhan konsumen yang mengalami perubahan serta mengevaluasi inovasi yang tepat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Inovasi yang dilakukan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Han et al, 1998,).

Terjadinya gejolak harga minyak dunia semenjak tahun 2000 menyebabkan terjadinya kenaikan harga minyak di Indonesia yang menimbulkan dampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Secara makro cadangan devisa dihabiskan untuk mengimpor minyak mentah. Tingginya permintaan terhadap valas menjadi salah satu sebab makin terpuruknya nilai tukar rupiah terhadap dolar US (Metro tv news, 28 Sept 2005).

Pada tahun 2012 gejolak pasar terlihat dengan terjadinya kenaikan harga bahan pokok dan melemahnya nilai rupiah terhadap dolar US. Hal ini menyebabkan terjadinya kenaikan harga produksi, turunnya daya beli masyarakat serta mempengaruhi iklim investasi secara keseluruhan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Penelitian ini menggunakan pergolakan pasar sebagai variabel moderasi hubungan antara TQM dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan kinerja inovatif. Pada pergolakan pasar yang kuat maka perusahaan akan meningkatkan inovasi untuk memenuhi selera konsumen yang berdampak pada kinerja perusahaan.

TQM dan Kinerja inovatif

TQM secara khusus didefinisikan sebagai suatu sistem dari praktik-praktik yang memiliki sistematis dampak terhadap praktik dan kinerja perusahaan Flynn (1994). Menurut Gaspersz (2005), TQM merupakan suatu pendekatan manajemen sistematis yang berorientasi pada organisasi, pelanggan, dan pasar melalui kombinasi antara pencarian fakta praktis dan penyelesaian masalah, guna meningkatkan penciptaan peningkatan secara signifikan dalam kualitas, produktivitas, inovasi, dan kinerja lain dari perusahaan. Evans dan Lindsay (2002) menyatakan TQM sebagai suatu fokus terhadap konsumen dan *stakeholder*, partisipasi dan *teamwork* oleh setiap orang dalam organisasi dan suatu proses yang didukung oleh perbaikan secara kontiniu dan proses pembelajaran.

Beberapa penelitian yang meneliti mengenai hubungan antara TQM dan kinerja inovasi yaitu Prajogo dan Sohal (2006) yang mengemukakan dua argumentasi, yang pertama menyatakan bahwa TQM secara positif berhubungan dengan kinerja inovatif, oleh sebab itu menetapkan suatu sistem dan kultur yang menyediakan suatu lingkungan untuk organisasi untuk melakukan inovasi. Argumentasi yang berlawanan bahwa implementasi prinsip TQM dan praktik bisa menghalangi organisasi dari menjadi inovatif (Prayogo dan Sohal, 2006). Argumennya adalah kepuasan konsumen fokusnya adalah memperhatikan berbagai kebutuhan *customer* yang hanya menjadi *customer* sekarang. Hasilnya perusahaan gagal untuk melakukan inovasi.

Pembahasan terhadap hubungan antara TQM dan kinerja inovatif tidak sering muncul dalam literatur. Pada dasarnya, ada beberapa literatur yang didukung oleh konsep teoritis atau bukti yang empiris. Ada perbedaan pendapat mengenai hubungan antara TQM dan *innovative performance*. Sekumpulan pendapat-pendapat mendukung hubungan positif antara TQM dan *innovative performance*, menyatakan bahwa organisasi yang melaksanakan TQM akan menjadi sukses dalam *innovation*.

Penelitian yang mendukung hubungan positif antara TQM dan kinerja inovatif, perusahaan-perusahaan yang merangkul TQM dalam sistem dan budaya mereka akan menyediakan lingkungan yang sehat untuk *innovative* karena TQM mewujudkan prinsip-prinsip yang tidak sama dengan inovasi (Mahesh, 1993; Dean dan Evans,).

Penelitian yang empiris meperkuat hubungan positif antara TQM dan inovasi , Fayol (1994) melaporkan hubungan antara *quality management* dan kecepatan inovasi produk. Penemuannya menyarankan bahwa ada perbedaan penting antara inovasi produk cepat, medium, dan lambat berdasarkan elemen TQM dalam hal puncak kepemimpinan *quality management*, timbal balik, kebersihan dan organisasi, dan karakteristik pola produk. Demikian pula penemuan Gustafson dan Hundt (1995) menyarankan bahwa elemen-elemen seperti *customer mindedness*, *employee mindedness*, *leaderhip management*, *bencmaking*, data/informasi, *quality mindedness*, *process mindedness* dan peningkatan yang terus menerus adalah pusat untuk peningkatan dan *innovation* yang sukses dalam memprediksi kesuksesan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menguji kembali hubungan praktik TQM dan kinerja organisasi dengan menggunakan *innovative performance*.

H1 : Praktik TQM berhubungan positif dengan kinerja inovatif

Moderasi Pergolakan Pasar

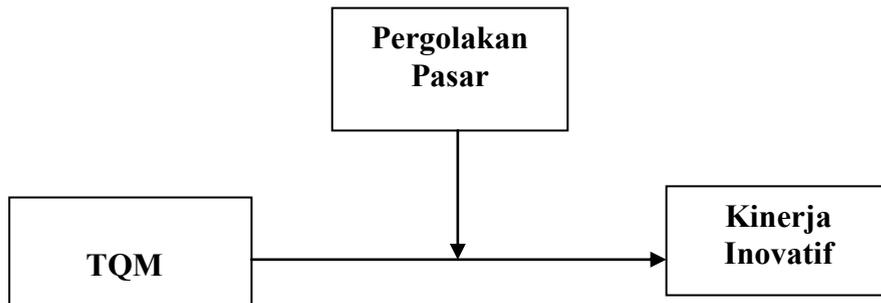
Dari hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan kontraversi hasil pengaruh TQM terhadap kinerja organisasi, maka dalam penelitian ini digunakan pergolakan pasar sebagai variabel moderasi. Menurut Slater and Narver (1995) pergolakan pasar ikut mempengaruhi keberhasilan penerapan TQM dalam perusahaan . Tingginya gejolak pasar menyebabkan perusahaan lebih berorientasi pada pasar untuk melakukan prediksi perubahan kebutuhan konsumen yang mengalami perubahan serta mengevaluasi inovasi yang tepat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Inovasi yang dilakukan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Han et al, 1998, Hurley).

Inovasi dianggap terutama penting ketika perusahaan dihadapkan pada gejolak pasar yang besar dan pada berbagai gangguan lingkungan . (Hult et al., 2004) pergolakan pasar dapat mendorong lebih kuat upaya untuk melakukan inovasi dalam mengatasi dengan perubahan lingkungan. Inovasi menyediakan lebih baik titik awal bagi organisasi untuk melakukan diperlukan upaya inovasi yang, pada akhirnya, juga mengakibatkan hasil organisasi yang lebih baik, seperti yang ditunjukkan oleh Hult et al. (2004) dan Matsuo (2006).

Dalam lingkungan yang bergolak, perusahaan yang menerapkan total quality management (TQM) lebih menekankan penerapan TQM untuk meningkatkan kinerja perusahaan, terutama kinerja inovatif.

H2 : Pergolakan pasar memoderasi hubungan praktik TQM dan kinerja inovatif

Gambar 2.1 Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa yang berada di Kota Pekanbaru yang meliputi perusahaan: telekomunikasi, perbankan, perhotelan, dan rumah sakit. Sampel dalam penelitian ini meliputi 33 perusahaan perbankan, 12 perhotelan, 16 rumah sakit dan 6 perusahaan telekomunikasi. Perusahaan yang dipilih adalah perusahaan dengan kategori menengah keatas. Penentuan populasi ini didasarkan pada alasan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut menekankan pada kualitas jasa dan kepuasan konsumen.

Sedangkan sampel yang dipilih adalah *middle manager*. Pemilihan sampel ini didasarkan atas alasan bahwa manajer tersebut terlibat secara teknis dalam praktik *total quality management*. Sampel penelitian ini diperoleh melalui metode *purposive sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui pengiriman kuesioner pada responden. Kuesioner dikirimkan kepada manajer perusahaan yang berada pada bagian yang berhubungan dengan kualitas produk/jasa diantaranya manajer HRD, manajer pemasaran, manajer *public relation*, manajer keuangan atau manajer setingkat.

Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengantarkan langsung kuesioner kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian dan dengan metode *mail survey* bagi perusahaan-perusahaan yang tidak dapat dijangkau oleh peneliti. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilihan sampel bertujuan (*purposive sampling method*) dengan adanya kriteria sampel yang harus dipenuhi. Penentuan kriteria tersebut dengan pertimbangan bahwa manajer atau kepala bagian setingkat manajer yang bekerja pada perusahaan setingkat dengan manajer yang berada pada pelayanan dan kualitas jasa.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Total quality management didefinisikan seberapa besar penerapan praktik TQM tersebut oleh perusahaan untuk lebih fokus pada tujuan perusahaan dalam melayani kebutuhan pelanggan dengan memberikan jasa yang berkualitas. TQM banyak digunakan oleh beberapa penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan instrument TQM yang digunakan oleh Samson dan Terziovski (1999) yang merupakan instrumen yang dikeluarkan *Malcolm Baldrige National Quality Award* (MBNQA). Instrumen ini telah banyak digunakan dan diterima sebagai instrument TQM seperti penelitian Juran (1995), Evans and Lindsay (1999), Prayogo dan Sohal (2005). MBNQA terdiri dari 6 kriteria praktik organisasi yaitu *leadership, strategic planning, customer focus, information and analysis, people management and process management*.

Pertanyaan terdiri dari 4 pertanyaan yang mengukur *leadership*, 6 pertanyaan mengukur *people management*, 5 pertanyaan mengukur *customer focus*, 6 pertanyaan mengukur *planning*, 6 pertanyaan mengukur *process management* dan 4 item mengukur *information analysis*. Setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (1= Sangat tidak setuju; 5= Sangat Setuju)

Kinerja Inovatif didefinisikan bagaimana perusahaan jasa tersebut mampu melakukan inovasi produk dan inovasi proses dalam melakukan percepatan pengembangan produk baru, berapa besar jumlah produk baru yang dikenalkan ke pasar, seberapa jumlah produk baru masuk ke pasar, kecepatan penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam proses, kebaruan teknologi yang digunakan dalam perusahaan dan kecepatan perubahan dalam proses, teknik dan teknologi.

Instrumen ini digunakan sebelumnya oleh Avlonitis (1994), Miller dan Friesen (1982), Prayogo dan Sohal (2005), yang menggunakan kriteria inovasi produk dan inovasi proses. Responden diminta menjawab menurut persepsi mereka posisi perusahaan dibandingkan dengan kompetitor dalam industri, dengan menggunakan skala likert 5 poin. Poin 1 menunjukkan posisi paling buruk sampai dengan 5 posisi paling baik di industri.

Inovasi produk menanyakan tentang keberagaman dari produk baru perusahaan, penggunaan inovasi teknologi dalam produk baru, kecepatan pengembangan produk baru, jumlah produk baru yang dikenalkan ke pasar dan jumlah produk baru yang pertama masuk pasar. Sedangkan inovasi proses terdiri menanyakan posisi teknologi kompetitif dari perusahaan, kecepatan penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam proses, kebaruan teknologi yang digunakan dalam perusahaan dan kecepatan perubahan dalam proses, teknik dan teknologi.

Pergolakan pasar

Terdiri dari 8 item pertanyaan yang diadopsi dari Vijande dan Gonzales (2007) yang menanyakan tentang perubahan selera konsumen, perubahan kompetitor, antisipasi terhadap perubahan yang akan datang dan dapat diprediksinya lingkungan yang akan datang. Setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (1= Sangat tidak setuju; 5= Sangat Setuju)

Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan regresi berganda dengan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1.X_2$$

Keterangan :

X_1 = TQM

X_2 = Pergolakan Pasar

$X_1.X_3$ = Interaksi pergolakan pasar dan TQm

Y = Kinerja Inovatif

Uji Kualitas Data

Pengujian awal yang peneliti lakukan untuk penelitian ini adalah uji kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing item dalam instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini. Sebuah instrumen dikatakan valid, jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2001:45). Uji validitas dilakukan dengan analisa item, dimana setiap nilai yang diperoleh untuk setiap item dikorelasikan dengan nilai total seluruh item suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor dengan kriteria suatu item dikatakan valid apabila memiliki faktor loading $\geq 0,5$

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap pernyataan yang sama menggunakan alat ukur yang sama pula. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (α), dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel), bila memiliki *cronbach alpha* $\geq 0,6$ (Sekaran, 2000 : 204).

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Gozali, 2001). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *variance inflation factor* (*VIF*). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* diatas 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Umar, 2008; 179). Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

Diagnosis adanya heteroskedastisitas secara kuantitatif dalam suatu regresi dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam sebuah model regresi menurut Santoso (2000; 209) antar lain sebagai berikut:

Jika titik-titik dalam yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyempit, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan titik-titik tersebut menyebar secara tidak teratur (pola tidak jelas) diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk menguji ada tidaknya problem autokorelasi ini maka dapat melakukan uji Durbin-Watson (*DW test*) yaitu dengan membandingkan nilai *DW* statistik dengan *DW* tabel. Apabila nilai *DW* statistik terletak pada daerah *no autocorrelation* berarti telah memenuhi asumsi klasik regresi. (Gozali, 2001).

Santoso (2004; 218) mengatakan bahwa deteksi adanya auto korelasi, secara umum dapat dilihat dengan:

1. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif,
2. Angka D-W -2 sampai 2, berarti tidak ada autokorelasi, dan
3. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Gozali, 2001).

Pengujian menggunakan uji t dengan tingkat kesalahan (α) 5%, dan confidence interval 95%. Kriteria penolakan hipotesis adalah jika signifikansi $t > 5\%$ atau T statistik kecil dari T table. Sebaliknya jika signifikansi $t < 5\%$ atau T statistic lebih besar dari T table maka hipotesis diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 150 kuisioner yang disebar, yang dapat diolah berjumlah 58 kuisioner dan kuisioner yang tidak dapat diolah berjumlah 24. Rinciannya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.1. Deskripsi kuesioner

Responden	Jumlah disebar	Jumlah kembali		Jumlah gugur	Jumlah Dapat diolah	Jumlah tidak kembali
Perbankan	60	34	56,6 %	4	30	26
Hotel	35	17	48,6 %	6	11	18
Rumah Sakit	35	18	51,4 %	14	4	17
Telekomunikasi	20	13	35 %	-	13	7
Total	150	76	50,67%	24	58	68

Sumber : Pengolahan Data Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor dengan kriteria suatu item dikatakan valid apabila memiliki faktor loading $\geq 0,5$. Adapun hasil uji validitas variabel dapat dilihat pada tabel IV.3 berikut ini :

Tabel 4.2 : Hasil uji validitas data

Variabel	KMO Measure of Sampling Adequacy	Faktor Loading	Kesimpulan
Market Turbulence	0.832	0.542-0.879	<i>Valid</i>
Praktik <i>Total quality management</i>	0.649	0.599-0.888	<i>Valid</i>
<i>Innovative Performance</i>	0.840	0.659-0.832	<i>Valid</i>

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat dilihat hasil KMO masing-masing variabel bernilai lebih besar dari 0,5, dan faktor loading $> 0,5$ berarti setiap item pertanyaan pada variabel dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha (α)*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel), bila memiliki *cronbach alpha* $\geq 0,6$ (Sekaran, 2000 : 204). Tabel IV.4. berikut ini menerangkan hasil pengujian reliabilitas

Tabel 4.3 : Hasil uji reliabilitas data

Variabel	Cronbach's alpha	Kesimpulan
Market Turbulence	0,918	Reliabel
Praktik <i>Total quality management</i>	0,965	Reliabel
<i>Innovative Performance</i>	0,926	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian

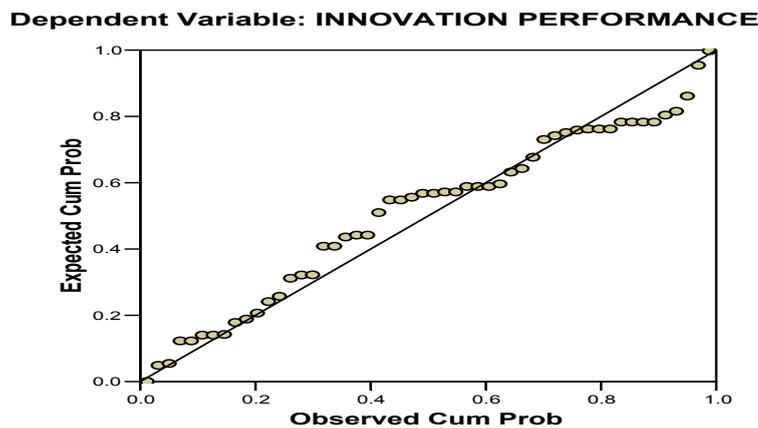
Berdasarkan tabel IV.4 dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas untuk semua instrumen berada diatas 0,6 yang menunjukkan instrument reliable.

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini, pengujian normalitasnya dapat dilihat dari *normal probability plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2004; 214) dalam Rafly (2006). *Normal probability plot* pada penelitian ini tampak pada grafik IV.1 dibawah ini :

Grafik IV. 1 Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan Gambar IV.1 dapat dilihat bahwa sebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel IV.5 berikut:

Tabel 4.4 : Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Kesimpulan
Strategi <i>Differentiation</i>	0,194	5,167	Bebas multikolinearitas
Strategi <i>Cost leadership</i>	0,253	3,958	Bebas multikolinearitas
Praktik <i>Total quality management</i>	0,192	5,203	Bebas multikolinearitas

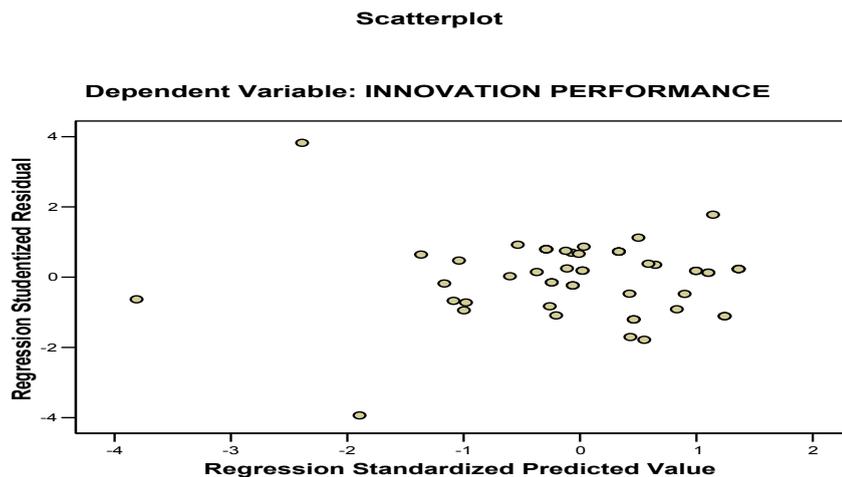
Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas seluruh variable memiliki nilai toleransi berada diatas atau >0,10 dan nilai VIF dibawah atau <10. jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari pengaruh multikolinearitas.

Heteroskedastisitas

Pengujian adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar IV.2 berikut.

Grafik IV.2 Scatterplot



Berdasarkan gambar IV.2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Autokorelasi

Dari hasil SPSS diperoleh angka D-W sebesar 1,693, angka tersebut menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari autokorelasi, karena angka D-W tersebut berada diantara angka -2 sampai +2. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel IV.6 dibawah ini.

Tabel 4.5 : Hasil uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.440(a)	.193	.143	4.413	.193	3.836	3	48	.015	1.693

Sumber : Pengolahan Data Hasil Penelitian

Hasil pengujian menunjukkan nilai sig T $0,011 < 0,05$ dan koefisien beta 0,93 yang berarti hipotesis diterima. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa TQM berpengaruh terhadap kinerja. Konsisten dengan penelitian sebelumnya yang mendukung bahwa TQM berpengaruh terhadap kinerja organisasi (Mahesh, 1993; Dean dan Evans, 1994; Kanji, 1996; Tang, 1998; Roffe,1999)

Tabel 4.6. Hasil uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.164	10.110		1.500	.139		
	MT	-.025	.114	-.097	-.224	.824	.068	14.797
	TQM	.983	.373	1.068	2.637	.011	.077	12.920
	Moderate	-.002	.003	-.493	-.699	.487	.026	39.213

a. Dependent Variable:

Hasil pengujian menunjukkan nilai sig T $0,47 > 0,05$ dengan nilai T statistic $-0,999 <$ dari 1.96. Hasil pengujian tidak dapat membuktikan hipotesis, yang berarti hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa pergolakan pasar memoderasi hubungan antara TQM dan kinerja organisasi.

Pengaruh TQM dalam meningkatkan inovasi dalam penelitian ini tidak dimoderasi oleh pergolakan pasar. Dengan demikian pengaruh TQM dalam kondisi turbulensi yang tinggi tidak memiliki pengaruh terhadap inovasi. Ketidakpastian yang tinggi tentang masa depan dalam kondisi pergolakan pasar menyebabkan perusahaan tidak melakukan inovasi. TQM merangsang lebih kuat budaya untuk melakukan inovasi. (Santos dan Vijande, 2007)

Analisis dampak TQM terhadap inovasi memberikan suatu efek langsung dan positif. TQM merangsang inovasi dalam sistem manajemen perusahaan kesimpulan yang bisa ditarik adalah bahwa kebutuhan TQM, pada prinsipnya, untuk diintegrasikan dengan sumber daya organisasi lain untuk mempengaruhi inovasi teknis lebih radikal, sama seperti terjadi dalam pekerjaan kami dengan inovasi yang juga dianggap sumber daya organisasi (Menguc dan Auh, 2006).

Ketika lingkungan sangat tidak stabil dan dinamis, TQM terus untuk mempengaruhi inovasi teknis melalui inovasi dan, di samping itu, juga memberikan suatu efek langsung pada adopsi lebih banyak lebih teknis baru inovasi. Akibatnya, meskipun dalam yang sangat bergolak lingkungan TQM, bertentangan dengan tuntutan pasar, mempromosikan budaya inovasi, Di bawah pasar bergolak, TQM memberikan suatu yang lebih rendah efek pada inovasi seimbang dengan dampak langsung pada pengembangan inovasi teknis, yang sangat dibutuhkan oleh pasar. Keseluruhan hasil dari model memperkuat kenyamanan yang luar biasa TQM sebagai sistem manajemen yang efektif membantu perusahaan untuk menghadapi tantangan yang berasal dari kompetitif mereka lingkungan.

Berkenaan dengan kecenderungan untuk berinovasi, adalah perlu untuk menegaskan kembali bahwa itu mempengaruhi secara langsung dan positif jumlah dan tingkat kebaruan dari inovasi teknologi yang diadopsi oleh perusahaan dari sampel, sehingga budaya berorientasi inovasi muncul sebagai pendahuluan yang efektif dari kapasitas inovatif perusahaan ' dalam domain teknis. Namun demikian, tidak adanya signifikan efek dari kecenderungan budaya untuk berinovasi pada inovasi administrasi yang tidak meragukan mengejutkan terjadi. Namun, ada tidak teralubanyak studi yang menganalisis secara empiris hubungan antara budaya organisasi dan aktivitas inovatif (Anderson dan Raja, 1993) yang akan memungkinkan evaluasi yang lebih menyeluruh temuan ini. Hurley dan Hult (1998) menganalisis hubungan ini tanpa membedakan jenis inovasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Hasil pengujian membuktikan bahwa TQM berpengaruh terhadap kinerja inovatif dengan nilai sig t 0.01
2. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan gejala pasar memoderasi hubungan antara TQM dan kinerja inovatif, dengan nilai sig t 0,487.

Untuk penelitian selanjutnya maka perlu dilanjutkan dengan melakukan perbaikan :

1. Perlu diperluas objek penelitian agar hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi
2. Jumlah sampel dalam penelitian perlu ditambah agar didapatkan model yang lebih fit.
3. Penelitian ini juga dapat dianalisis dengan mengembangkan pengujian terhadap elemen TQM
4. Penelitian selanjutnya perlu mengidentifikasi jangka waktu penerapan TQM agar pengaruh TQM terhadap performance dapat dianalisis lebih akurat.
5. Perluasan penelitian ini perlu memasukkan variabel lain yang mempengaruhi praktik TQM dan performance seperti karakteristik lingkungan, pergolakan pasar ataupun tingkat kompetisi di pasar.
6. Penerapan TQM juga membutuhkan sumber daya lain seperti teknologi agar mencapai kualitas yang tinggi dalam pelayanan dan juga inovasi terhadap jasa yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Avlonitis, G.J., Kouremenos, A., Tzokas, N., 1994. Assessing the innovativeness of organizations and its antecedents: Project Innovstrat. *European Journal of Marketing* 28 (11), 5–28
- Christos V. Fotopoulos, Evangelos L. Psomas(2010), The structural relationships between TQM factors and organizational performance, *The TQM Journal* Volume: 22
- Evans, W.M. Lindsay (1999) *The Management and Control of Quality*, South-Western College Publishing, Cincinnati, OH,
- Fuentes-Fuentes M.Mar, et al. (2004) The Impact of environmental characteristics on TQM principles and Organizational Performance, *Omega- International Journal of Management science* hal 425-442
- Gall, G., Taylor, P., Baldry, C. and Bain, P (2002) . ‘Striving Under Chaos’: the effects of market turbulence and organisational flux on call centre work
- Garvin D.A (1988) *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge*, The Free Press, New York,

-
- Ghozali, Imam (2001) Aplikasi Analisis Multivariat, dengan program SPSS, Universitas Diponegoro
- Hurley, R.F., Hult, G.T., 1998. Innovation, market orientation and organization learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing* 62 (3), 42–54.
- Joo Y. Jung, Yong Jian Wang, Sibin Wu (2009) Competitive strategy, TQM practice, and continuous improvement of international project management: A contingency study, *International Journal of Quality & Reliability Management*
- Mahesh, C., 1993. Total quality management in management development. *Journal of Management Development* 12 (7), 19–31
- Miller D. (1988) Relating Porter's business strategies to environment and structure: Analysis and performance implications, *Academy of Management Journal*, hal 280–308.
- Metro TV News, 2005
- Pamela J. Zelbst, Kenneth W. Green, Jr, Roger D. Abshire, Victor E. Sower (2010), Relationships among market orientation, JIT, TQM, and agility, *Industrial Management & Data Systems* Volume: 110
- Prajogo D.I., A.S. Sohal (2006) The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance-the mediating role of TQM, *European Journal of Operational Research*
- Prajogo D.I., A.S. Sohal (2000) TQM and innovation: A literature review and research framework, *Technovation* hal 539–558
- Salaheldin Ismail Salaheldin (2009), Critical success factors for TQM implementation and their impact on performance of SMEs, *International Journal of Productivity and Performance Management*
- Sila Ismail (2007) Examining the effect of contextual factors on TQM and performance through the lens of organizational theories : An Empirical Studies, *Journal operation Mangement* hal 83-109
- Slater, S.F., Narver, J.C., 1994. Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship? *Journal of Marketing* 58 (1), 46–55.
- Tushman, M., Nadler, D., 1986. Organizing for innovation. *California Management Review* 28 (3), 74–92.
- Vijande dan Gonzales (2007) Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: The moderating role of market turbulence, *Technovation*, 514-532