



Apakah Biaya Kualitas Penting Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Organisasi

Does The Cost of Quality Matter Increasing Competitive Advantage and Organizational Performance

Zul Azmi^{1*}, Sulistiandary², Siti Samsiah³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jl Tuanku Tambusai Pekanbaru

Email: *zulazmi@umri.ac.id

Article Info

Article history:

Received: 09 November 2022

Accepted: 27 November 2022

Published: 20 Desember 2022

Keywords:

Quality Cost; Competitive Advantage; Performance; Prevention Cost

DOI: 10.37859/jae.v12i2.4264

JEL Classification: M41, M40

Abstrak

Usaha UMKM dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan memperhatikan pengelolaan biaya kualitas. Penelitian ini menginvestigasi pengaruh biaya kualitas (pencegahan, penilaian, kegagalan) terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. Sebanyak 278 populasi usaha UMKM kategori bidang makanan dan minuman, selanjutnya dipilih dengan menggunakan purposive sampling. 139 kuisisioner disebarkan kepada pemilik atau manajemen UMKM dan sebanyak 85 responden berpartisipasi dan diolah pada penelitian ini. Dengan menggunakan analisa jalur diperoleh hasil bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Biaya kualitas juga berpengaruh signifikan pada kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. Keunggulan kompetitif memediasi hubungan antara biaya kualitas terhadap kinerja.

SMEs can achieve competitive advantage by paying attention to quality cost management. This research investigates the effect of quality costs (prevention, assessment, failure) on the competitive advantage and performance of SMEs in Pekanbaru City. A total of 278 SME business populations in the food and beverage category were then selected using purposive sampling. 139 questionnaires were distributed to owners or management of SMEs and as many as 85 respondents participated and were processed in this study. By using path analysis, the result shows that quality costs affect competitive advantage. Cost of quality also has a significant effect on the performance of SMEs in the city of Pekanbaru. Competitive advantage mediates the relationship between quality costs and performance.

PENDAHULUAN

Keunggulan kompetitif dan kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) penting untuk menjamin kontinuitas usaha. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM diperoleh gambaran bahwa UMKM pada tahun 2019 berjumlah 65.465.134 atau 9,99% dari total usaha UMKM dan Usaha Besar. Pada tahun 2015 UMKM berjumlah 59.262.772 unit dengan komposisi 98,7% kelompok usaha mikro, 1,15% kelompok usaha kecil, dan 0,1% kelompok usaha menengah, serta 0,01% berasal dari usaha besar. Jumlah UMKM ini bertumbuh 10,4% dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Jumlah usaha UMKM dan usaha besar ini masing-masing menyerap tenaga kerja 119.562.843 orang dan 3.805.829 orang untuk tahun 2019. Berdasarkan Asean Investment Report pada tahun 2021, Negara Indonesia memiliki unit UMKM tertinggi yaitu 65 juta unit yang menyerap tenaga kerja 97% menyumbangkan 60,51% PDB atas dasar harga berlaku, dan 15,65% atas ekspor non migas pada tahun 2019. Akan tetapi kinerja UMKM di Indonesia masih kalah bahkan dari UMKM negara Myanmar yang mencapai 69,3% dari PDB setempat. UMKM Indonesia juga kalau dikalau dilihat dari kontribusi ekspor dibandingkan dengan negara Singapura, Thailand, Myanmar, dan Vietnam (katadata.co.id). Masih rendahnya kinerja UMKM di Indonesia ini menjadi fokus pemerintah. Hal ini tampak pada upaya strategis pemerintah melalui berbagai program pada masa pandemic Covid-19 antarlain bantuan likuiditas seperti bentuk hibah penundaan/keringanan kewajiban jangka pendek melalui Banpres produktif Rp. 2,4 juta per UMKM, PPh Final sebesar 0,5% ditanggung Pemerintah, subsidi listrik, pengurangan biaya Jamsostek, dan bantuan likuiditas bentuk pinjaman. Sedangkan bantuan non likuiditas dapat berupa pelatihan dan digitalisasi (OJK-BCG Joint Research, 2020). Pemerintah mendorong penguatan dan pengembangan UMKM untuk memecahkan masalah klasik adanya kesulitan akses permodalan untuk ekspansi dengan mengucurkan Kredit Usaha Rakyat yang lebih ringan (Rahman & Oktavianto, 2013).

UMKM merupakan lini bisnis yang cukup tangguh bertahan di Masa Pandemi Covid-19. Umumnya usaha UMKM menggunakan sumber modal sendiri, sehingga tidak memiliki ketergantungan dengan bunga dan cicilan kredit seperti pada kategori usaha besar, sedangkan sumber pinjaman Bank mendapat fasilitas keringanan dari pemerintah. Data Dinas Koperasi dan UKM kota Pekanbaru, menunjukkan dari 14.000 pelaku UMKM terdapat 7.000 yang terdampak langsung akibat pandemi covid (pekanbaru.go.id). Konsekuensinya banyak yang mengalami kesulitan keuangan akibat sulitnya model pemasaran pada masa pandemi jika menggunakan cara lama. Pelaku UMKM berupaya meningkatkan kualitas untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dan menggunakan pemasaran digital untuk menunjang pemasaran produk atau jasanya. Hasil survey katadata.co.id menunjukkan 77% pelaku UMKM berpandangan marketplace penting untuk pemasaran produk, dan 75% menilai pemasaran digital (marketplace) sangat diperlukan karena adanya banyak pola promosi yang meningkatkan pemasaran. Survei Katadata Insight Center (KIC) dan Sirclo menjelaskan 61,6% konsumen menyukai promo gratis ongkos kirim, 14,1% menyukai cashback bentuk uang tunai ataupun poin. Penggunaan marketplace mendukung pada saat pandemic covid yang menyediakan fitur kemudahan dalam berbelanja. Masyarakat semakin terbiasa menggunakan fitur belanja di internet. Hal yang menjadi fokus UMKM adalah bagaimana menyajikan produk atau jasa dengan kualitas terbaik untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Agar usaha yang dikelola pelaku UMKM dapat bertahan dan bertumbuh ditengah persaingan usaha, maka pelaku UMKM membuat perencanaan strategis untuk meningkatkan kinerjanya. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja usaha antarlain biaya kualitas (Predrag, 1950; Usman, 2011; Özkan & Zengin, 2013; Fathonah et al., 2019; Biadacz, 2021), kualitas inovasi (Chaithanapat et al., 2022); kualitas relasi (Ismail et al., 2014); penggerak kualitas produk (Jain et al., 2020); manajemen rantai pasokan (Li et al., 2006). Biaya kualitas merupakan salah satu sarana biaya strategik yang mendorong akuntabilitas dan mengurangi biaya (Bijan, 2020). Wahyuningtias, (2013) menunjukkan bahwa

biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap produk rusak. Biaya pencegahan yang meningkat sebagai bagian biaya kualitas tidak serta merta mengurangi produk rusak yang menurunkan kinerja. Ningtias & Lubis (2018) menunjukkan biaya kualitas tidak berpengaruh pada penjualan. Secara lebih khusus, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal yang merupakan bagian biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap jumlah penjualan. Konsekuensinya semakin besar biaya tersebut untuk meningkatkan kualitas dilakukan tidak berpengaruh pada peningkatan penjualan yang meningkatkan kinerja usaha. Hal ini berbeda dengan Hatmy & Fitriah (2022); Fathonah et al. (2019) yang menjelaskan ketika biaya kualitas naik maka tingkat profitabilitas UMKM juga meningkat. Demikian juga dengan Usman (2011) menjelaskan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Pada perspektif berbeda, keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh efektivitas produk dan efisiensi proses. Hal ini menunjukkan perusahaan yang dapat meningkatkan efisiensi proses dan efektivitas produk untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Raguseo et al., 2021). Untuk meningkatkan efektivitas produk dibutuhkan biaya kualitas sehingga dapat berkontribusi pada keunggulan kompetitif perusahaan.

Biaya kualitas merupakan komponen *strategic costing* yang fokus pada pasar yang bertujuan meningkatkan keunggulan kompetitif secara terus menerus yang meningkatkan kinerja perusahaan (Alsoboa et al., 2015). Kombinasi sistem manajemen kualitas dengan komponen akuntansi manajemen *strategic* yang mencakup biaya kualitas dapat membantu organisasi memperbaiki Kinerja usahanya (Sedevich-Fons, 2018). Cynthia & Devie (2015) melihat *strategic costing* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan dan berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Pada Akuntansi manajemen *strategic*, *costing* meliputi *attribute costing*, *life cycle costing*, *quality costing*, *target costing*, dan *value chain costing* (Cadez & Guilding, 2008), pada literatur lain, *costing* merupakan *strategic costing* (Aksoylu & Aykan, 2013).

Wijetunge (2016) menunjukkan jika kualitas layanan meningkat maka keunggulan kompetitif akan meningkat, jika kualitas layanan meningkat maka kinerja akan meningkat, jika keunggulan kompetitif meningkat maka kinerja perusahaan semakin meningkat pula. Demikian juga dengan Huda et al. (2020) yang menyatakan keunggulan kompetitif mempunyai peran penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, Bahren et al. (2018) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif tidak berpengaruh pada kinerja usaha.

Teori *resource-based view* menjelaskan mengapa perusahaan berkembang dengan melakukan diversifikasi. Teori ini dipandang penting pada manajemen *strategik* yang ditekankan pada analisa internal perusahaan. Pandangannya mempertegas bahwa tiap organisasi mempunyai kinerja yang tidak sama disebabkan sumberdaya yang dimilikinya berbeda. Berdasarkan argumen RBV, keunggulan kompetitif berasal dari sumber daya perusahaan yang mempunyai ciri bernilai, unik, susah ditiru dan mungkin tidak mempunyai penggantinya yang setara (Purnomo, 2011). Teori RBV memposisikan sumber daya manusia sebagai poin *strategik*, karena keunggulan kompetitif organisasi berawal dari keselarasan keterampilan, motif, dan sikap sumber daya manusia dengan sistem, proses, dan praktik organisasi (Singh et al., 2019). RBV berperan pada penentuan strategi, memberdayakan sumber daya seoptimal mungkin, mengembangkan segala sumber daya andalan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Konsep kualitas berubah sejalan dengan perubahan lingkungan ekonomi. Dengan demikian pemaknaan kualitas dapat menjadi ambigu (Biadacz, 2021). Manajemen kualitas bertujuan untuk membangun produk atau jasa berkualitas tinggi yang memenuhi ekspektasi pelanggan. Biaya kualitas dikeluarkan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan kualitas terbaik. Biaya kualitas dialokasikan pada tiap tahapan rencana, implementasi, pemeriksaan, tindak lanjut atas produk atau jasa atau dikenal dengan perencanaan, pengendalian dan perbaikan. Tahapan penting untuk peningkatan kualitas adalah adanya proses perbaikan berkelanjutan

yang menjadi penekanan. Fokus biaya kualitas menurut para ahli macam-macam, diantaranya Juran dan Gyrna menjelaskan biaya kualitas meliputi kegiatan biaya pencegahan, penilaian biaya kualitas, biaya kualitas internal dan biaya kualitas eksternal. British Standard Institution menjelaskan biaya kualitas meliputi biaya pencegahan, biaya evaluasi dan kesalahan-kesalahan, biaya proses (biaya kepatuhan dan biaya ketidakpatuhan) (Biadacz, 2021). Tahapan dalam pengukuran biaya kualitas diawali dengan mengidentifikasi aktivitas dan kategori yang bernilai tambah dan tidak bernilai tambah. Kemudian tiap aktivitas dikategorikan berkaitan atau tidak berkaitan dengan produk untuk menelusuri sumber biaya. Setelah biaya aktivitas dihitung, maka biaya ditelusuri ke objek biaya (Özkan & Zengin, 2013). Hal ini penting untuk mengidentifikasi biaya pencegahan, biaya evaluasi, biaya karena kegagalan internal dan biaya karena kegagalan eksternal.

Manajemen kualitas menghasilkan inovasi manajerial seperti jaringan kualitas, jaringan ekuitas, jaringan supplier, produksi JIT dan sebagainya. Program-program pengendalian kualitas berkembang dan semakin canggih sehingga aspek kualitas produk, biaya, dan lainnya yang diterapkan di perusahaan manufaktur telah diadopsi dan disesuaikan untuk non manufaktur juga. Sebagai konsekuensinya aspek kualitas dalam konteks biaya kualitas semakin berkembang penggunaannya. Biaya kualitas yang dialokasi dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi untuk mencapai kualitas produk atau jasa unggul. Keunggulan kompetitif dibentuk dari aktivitas, fitur, kualitas suatu usaha yang lebih baik dari pesaingnya yang diberikan kepada pelanggannya (Wijetunge, 2016). Teori resource-based view mampu menjelaskan mengapa hubungan antara biaya kualitas membentuk keunggulan kompetitif menggunakan pemanfaatan sumber daya yang optimal. Keberhasilan mencapai keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh sumber daya manusia sebagai poin strategik. Semakin baik pembiayaan strategic yang diterapkan organisasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya pula (Cynthia & Devie, 2015). Setidaknya dengan menggunakan sumberdaya yang tersedia, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif usaha dengan kegiatan yang bersifat unik dan produk atau jasa yang tidak mudah ditiru kompetitornya. Pendistribusian produk atau jasa dengan kualitas superior akan membuat pelanggan setia dan tidak berpindah ke kompetitor lain, hal ini akan melunakkan nilai tawar pelanggan. Oleh karena itu perhatian pada biaya kualitas dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa. Bagaimana produk atau layanan yang unggul diberikan akan menjadi sumber pembeda dan keunggulan kompetitifnya (Wirtz et al., 2008). Semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi keunggulan kompetitif UMKM (Wijetunge, 2016). Munizu, (2013) menunjukkan semakin tinggi manajemen kualitas maka semakin tinggi keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Kreem et al. (2020) menunjukkan keberhasilan perusahaan memperbaiki keunggulan kompetitifnya dipengaruhi oleh biaya kualitas yang mensyaratkan perbaikan kualitas menggunakan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan uraian di atas dapat di turunkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Biaya kualitas berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif

Model biaya pencegahan, biaya evaluasi, dan biaya karena kegagalan yang menjadi komponen biaya kualitas untuk memperbaiki kinerja lebih banyak digunakan untuk menghitung jumlah biaya kualitas daripada model biaya proses yang menggunakan biaya kesesuaian dan ketidaksesuaian biaya (Rosiawan, 2016). Menurut Sower et al., (2007) terdapat hubungan yang kuat antara biaya kualitas, kematangan kualitas project, dan kinerja organisasi. Lebih jauh disebutkan, bahwa biaya kegagalan internal berpengaruh terhadap indikator kualitas internal seperti kerusakan-kerusakan, kesalahan, sisa, pekerjaan ulang dan sebagainya. Biaya kegagalan internal dapat dihindari menaikkan biaya pencegahan dan biaya evaluasi. Biaya kegagalan eksternal karena adanya produk cacat juga dapat ditekan dan dihindari dengan menaikkan biaya pencegahan dan evaluasi. Hubungan biaya kualitas dengan kinerja dapat dijelaskan oleh teori RBV perusahaan memperoleh keunggulan kompetitifnya dengan

menerapkan strategi yang mengevaluasi SWOT perusahaan menggunakan sumberdaya asset berwujud dan tidak berwujud yang tersedia. Pentingnya pengelolaan kualitas melalui fokus biaya, kualitas dan waktu dapat memperbaiki kualitas dan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya berpengaruh pada kinerja (Elyazid, 2016). Pada perspektif lain, Munizu (2013) menunjukkan manajemen kualitas berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitifnya. Hal ini sejalan dengan (Chopra, 2015) yang menyatakan meskipun perilaku biaya kualitas berbeda pada UMKM namun optimasi biaya kualitas pada UMKM merupakan kunci keberhasilan pertumbuhan ekonomi UMKM. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H2: biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja

Keunggulan kompetitif UMKM merupakan salah satu kunci keberhasilan kinerja. Sehingga, semakin baik keunggulan bersaing maka akan semakin baik kinerja perusahaan (Feranita & Setiawan, 2018). Hal ini sejalan dengan Merakati et al. (2017); Arbawa & Wardoyo (2018) yang menunjukkan semakin unggul manajemen usaha dalam kompetisi pasar maka akan semakin tinggi kinerja pemasaran. Hal ini sejalan dengan argumentasi teori RBV yang memanfaatkan sumberdaya yang tersedia untuk mencapai keunggulan kompetitifnya. Ketika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, perusahaan memiliki satu atau lebih kapabilitas yang mengungguli kompetitornya, misalnya harga lebih murah, kualitas lebih bagus, ketertarikan pelanggan yang lebih tinggi, waktu pengantaran lebih singkat, dan sebagainya. Sebagai konsekuensinya kapabilitas ini akan mengantarkan pada peningkatan kinerja. Suatu organisasi yang menawarkan produk berkualitas tinggi dan unggul dapat memasang tarif premium juga yang meningkatkan margin laba terhadap penjualan (Li et al., 2006). Dengan kata lain, keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan UMKM (Astuti, et al., 2020). Berdasarkan deskripsi tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H3: Keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menguji hipotesis berdasarkan teori yang digunakan. Penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel dengan melihat keterkaitan biaya kualitas, keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM.

Data dikumpulkan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdapat di Kota Pekanbaru dan terdaftar pada <https://www.ukmriau.com> yang diakses pada tahun 2022 dengan jumlah populasi 278 pelaku UMKM terdaftar untuk kategori Makanan dan minuman. Data untuk kategori makanan dan minuman meliputi café, cake & bakery, minuman, dan rumah makan. Kategori UMKM menurut PP nomor 7 Tahun 2021 pasal 35 ayat 5 menjelaskan usaha mikro mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 2 milyar, masuk usaha kecil pada rentang Rp.2 milyar- Rp.15 milyar dan usaha menengah pada kisaran lebih dari Rp. 15 milyar – Rp. 50 milyar. Sedangkan Modal usaha diuraikan pada pasal 35 ayat 3 yaitu usaha mikro memiliki modal paling banyak Rp.1 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, Usaha kecil memiliki modal > Rp.1 milyar hingga Rp. 5 milyar, dan usaha menengah memiliki modal >Rp. 5 milyar - Rp.10 milyar. Peraturan PP nomor 7 tahun 2021 ini mengubah beberapa ketentuan yang diatur menurut UU nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah.

Untuk mengambil sampel pada penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu terdaftar pada portal ukmriau.com yang menjadi porta directory ukm Indonesia, UMKM yang memproduksi makanan dan minuman, dan rentang waktu usaha UMKM berdiri minimal dua tahun dengan asumsi pelaku UMKM dianggap mampu bertahan dan dapat menggerakkan bisnisnya relatif baik. Setelah diperiksa sesuai kriteria yang

dikehendaki, maka diperoleh 139 responden yang akan dituju. Kami menyebarkan kuisioner dengan mendatangi responden yang menyebar di Kota Pekanbaru. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada pemilik UMKM, di dapatlah sampel penelitian ini sebanyak 139 responden.

Kami melakukan tinjauan literatur untuk mencari pengukuran yang relevan. Kami menggunakan butir-butir kuisioner yang diadopsi dari studi terdahulu. Semua kuisioner menggunakan skala likert 5 poin. Variabel kinerja organisasi yang mengacu pada studi Kaplan & Norton yang mengukur kinerja dari perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, perspektif inovasi dan pembelajaran, dan perspektif keuangan. Butir kuisioner yang mengukur kinerja organisasi diadopsi dari (Hernaus et al., 2008) dan digunakan oleh (Cynthia & Devie, 2015). Variabel keunggulan kompetitif diadopsi dari (Voola & O'Cass, 2008) yang menggunakan empat butir kuisioner mengenai differensiasi dan 4 butir kuisioner mengenai biaya rendah yang menggambarkan keunggulan kompetitif. Variabel biaya kualitas diukur menggunakan diadaptasi dari (Cadez & Guilding, 2008) pada item biaya kualitas. Pengembangan item kuisioner diadaptasi dengan mendasarkan pada (Cadez & Guilding, 2008, 2012; Cescon et al., 2018).

Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur *path (path analysis)* dengan bantuan aplikasi SPSS. Tahapan statistic deskriptif, uji kualitas data dengan menyelenggarakan uji validitas dan reliabilitas dilalui, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Setelah itu dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji analisis jalur. Koefisien jalur merupakan koefisien yang distandarkan atau membandingkan koefisien pengaruh langsung dan koefisien pengaruh tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan respon atas kuisioner yang disebarkan, diperoleh 85 data isian yang layak diolah. Kuisioner awal yang disebarkan berjumlah 139, namun terdapat beberapa alasan yaitu responden tidak mengisi kuisioner dengan lengkap, alamat responden dituju telah berubah karena pindah ke wilayah lain namun sulit untuk ditemukan, dan kantor yang dituju selalu tutup sehingga kuisioner tidak kembali.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap butir-butir kuisioner pada tiap variabel dihasilkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid karena skor r hitung lebih besar dari r table. Demikian juga dihasilkan skor uji reliabilitas pada variabel biaya kualitas dengan cronbach's alpha 0,78; variabel keunggulan kompetitif memiliki cronbach's alpha 0,817 dan variabel kinerja organisasi dengan nilai cronbach alpha 0,827 yang semuanya reliabel atau dapat dipercaya. Kemudian dilakukan tahap uji asumsi klasik atas data. Dihasilkan bahwa data lolos uji asumsi klasik.

Uji hipotesis dilakukan untuk pengaruh biaya kualitas terhadap keunggulan kompetitif, diperoleh hasil nilai koefisien beta pada standardized coefficients sebesar 0,713 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian diartikan biaya kualitas berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif secara parsial, oleh karena itu hipotesis 1 didukung.

Tabel 1. Hasil Uji jalur Model 1

	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Std. Error			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.091	1.432		9.837	.000
Biaya Kualitas	1.684	.182	.713	0.260	.000
R ²	.508				
Adjusted R ²	.502				

Dependent variable: keunggulan kompetitif

Sumber: data diolah, 2022

Uji hipotesis dilakukan untuk pengaruh biaya kualitas terhadap kinerja, diperoleh hasil nilai koefisien beta pada standardized coefficients yaitu 0,242 dengan nilai sig. 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja secara parsial, oleh karena itu Hipotesis 2 didukung. Pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja ditunjukkan dengan nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan table 2 diperoleh hasil yang mendukung hipotesis 3.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.011	1.469		-.007	.994
Biaya Kualitas	.714	.181	.242	3.953	.000
Keunggulan kompetitif	.913	.076	.732	11.936	.000
R ²	.848				
Adjusted R ²	.845				

Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil uji F menunjukkan angka 229.105 dengan nilai signifikansi 0.000. Nilai F hitung lebih besar dari F table (dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh angka 3,108) sehingga dapat dijelaskan bahwa biaya kualitas dan keunggulan kompetitif secara simultan berpengaruh terhadap kinerja.

Besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel biaya kualitas terhadap kinerja melalui variabel keunggulan kompetitif dapat disajikan pada table 3. Pengaruh tidak langsung yang diberikan biaya kualitas terhadap kinerja melalui keunggulan kompetitif sebesar 0,522 dan pengaruh total menjadi 0,764. Hasil menunjukkan biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi.

Tabel 3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh	Langsung	Tidak Langsung	Total Pengaruh
Biaya kualitas → Keunggulan kompetitif	0,713	-	0,713
Biaya kualitas → Kinerja	0,242	0,713 x 0,732 = 0,522	0,764
Keunggulan kompetitif → Kinerja	0,732	-	0,732

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Teori *resource-based view* menggambarkan biaya kualitas untuk biaya pencegahan, biaya evaluasi, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal membentuk keunggulan kompetitif menggunakan pemanfaatan sumber daya yang optimal. J. Barney, (1991); J. B. Barney (2001) menunjukkan konsep *resource-based view* memiliki kontribusi kuat untuk manajemen strategik. Organisasi akan mendapatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan jika memiliki sumberdaya yang bernilai, memiliki keunikan, dan sulit ditiru. Perbaikan berkelanjutan yang didukung oleh biaya kualitas merupakan strategi manajemen untuk membentuk keunggulan kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini sejalan dengan teori RBV. Dengan

demikian penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Wijetunge (2016); Cynthia & Devie (2015); Munizu (2013); Wirtz et al. (2008).

Secara konsep biaya karena kegagalan internal dan kegagalan eksternal dapat ditekan dengan menaikkan fokus pada biaya pencegahan dan biaya evaluasi. Dengan perhatian pada biaya pencegahan diharapkan tidak terjadi kegagalan, demikian juga dengan biaya evaluasi yang ditekankan akan menurunkan biaya kegagalan (Garrison et al., 2021). Manajemen biaya kualitas berfokus pada biaya, kualitas dan waktu dapat memperbaiki kualitas dan kepuasan customer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja pada usaha UMKM di kota Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan teori RBV yang memandang sumberdaya strategik dapat membentuk keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja. Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya seperti pada Chopra (2015); Munizu (2013); Sower et al. (2007).

Hasil penelitian menunjukkan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pada UMKM di Kota Pekanbaru. Strategi diferensiasi yang dilakukan dengan menekankan pada hal yang menjadi pembeda seperti terdepan dalam inovasi teknologi, mengembangkan dan memasarkan produk baru, menekankan pada kualitas produk yang utama dapat membentuk keunggulan bersaing. Strategi low cost-leadership yang menekankan pada urgensi reduksi biaya pada seluruh aktivitas bisnis dapat membentuk keunggulan kompetitif. Lini usaha mikro kecil dan menengah untuk jenis usaha makanan dan minuman dalam menjalankan usahanya sangat membutuhkan keberadaan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan kinerjanya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang ditunjukkan oleh Arbawa & Wardoyo (2018); Astuti et al. (2020); Merakati et al. (2017). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi oleh keunggulan kompetitif. Dengan demikian hasil mendukung penelitian Cynthia & Devie, (2015).

SIMPULAN

Biaya kualitas merupakan elemen penting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan untuk melakukan perbaikan kualitas terus menerus. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada usaha UMKM di kota Pekanbaru. Keunggulan kompetitif UMKM berpengaruh pada kinerja. Keunggulan kompetitif usaha mendorong peningkatan kinerja usaha. Biaya kualitas juga berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Pekanbaru. Berdasarkan uji jalur diperoleh bukti bahwa biaya kualitas berpengaruh terhadap kinerja dengan dimediasi oleh keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif menunjukkan peran sebagai mediasi yang memperkuat hubungan antara biaya kualitas dan kinerja.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, usaha UMKM perlu memperhatikan dan mengalokasikan biaya pencegahan yang menjadi komponen biaya kualitas sebagai ujung tombak peningkatan keunggulan kompetitif. Perkembangan usaha UMKM yang mengarah pada platform digital, yang sangat memperhatikan kualitas produk/jasa yang diberikan, maka selain pentingnya biaya kualitas, penelitian selanjutnya juga perlu memperhatikan literasi digital, edukasi digital, strategic costing untuk memperbaiki keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksoylu, S., & Aykan, E. (2013). Effects of Strategic Management Accounting Techniques on Perceived Performance of Businesses. *Journal of US-China Public Administration*, 10(10), 1004–1017.
- Alsoboa, S., Al-Ghazzawi, A., & Joudeh, A. (2015). The Impact of Strategic Costing

- Techniques on the Performance of Jordanian Listed Manufacturing Companies. *Global Journal of Management and Business Research: Accounting and Auditing*, 15(3).
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56. <https://doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>
- Astuti, M., Azmi, Z., & Darwin, R. (2020). Pengaruh Competitor Accounting Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Organisasi. *Research In Accounting Journal*, 1(1), 1–15.
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing Dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8–18.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B. (2001). Is the Resource-Based " View " a Useful Perspective for Strategic Management Management Research ? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41–56.
- Biadacz, R. (2021). Quality cost management in the SMEs of Poland. *The TQM Journal*, 33(7), 1–38. <https://doi.org/10.1108/TQM-09-2019-0223>
- Bijan, M. R. S. (2020). *The Role of Quality Costs as one of The Strategic Cost Tools in Promoting Accountability and Reducing costs. XII(V)*, 325–339.
- Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7–8), 836–863. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003>
- Cadez, S., & Guilding, C. (2012). Strategy, strategic management accounting and performance: A configurational analysis. *Industrial Management and Data Systems*, 112(3), 484–501. <https://doi.org/10.1108/02635571211210086>
- Cescon, F., Costantini, A., & Grassetti, L. (2018). Strategic choices and strategic management accounting in large manufacturing firms. In *Journal of Management and Governance* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10997-018-9431-y>
- Chaithanapat, P., Punnakitikashem, P., Khin Khin Oo, N. C., & Rakthin, S. (2022). Relationships among knowledge-oriented leadership, customer knowledge management, innovation quality and firm performance in SMEs. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(1), 100162. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100162>
- Chopra, A. (2015). Unleashing a decisive approach to manage quality costs through behavioural investigation. *Business Process Management Journal*, 21(6), 1206–1223. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2014-0064>
- Cynthia, & Devie. (2015). Pengaruh Strategic Costing Sebagai Strategic Management Accounting Techniques Terhadap Competitive Advantage dan Organizational Performance. *Business Accounting Review*, 3(1), 422–433.
- Elyazid, S. (2016). Performance Measurement : Quality , Cost , and Time Is New System : So Called Strategic Cost Management. *Research Journal of Finance and Accounting*, 7(17), 1–11.
- Fathonah, F., Sukandani, Y., & Miradji, M. A. (2019). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Furniture Pt. Karya Yudha Tiara Tama Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 24(2), 142–148. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol24.no2.a2060>
- Feranita, N. viana, & Setiawan, hendra aris. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. *Majalah Dian Ilmu*, 18(1), 54–70. https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). Managerial Accounting. In

- Encyclopedia of Business in Today's World* (17th ed.). Mc GrawHill Education. <https://doi.org/10.4135/9781412964289.n608>
- Hatmy, N., & Fitriah, E. (2022). Analisis Biaya Kualitas dalam Meningkatkan Tingkat Profitabilitas Perusahaan. *Bandung Conference Series ...*, 2(1), 925–931. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSA/article/view/2392>
- Hernaus, T., M., S., & Dimovski, V. (2008). Relationship Between Organisational Learning And Organisational Performance: The Case Of Croatia. *Transformations in Business & Economics*, 7(2), 32–48.
- Huda, N., Albushairib, S. A., & Bachric, A. A. (2020). Development of the Business Model of Hyacinth Crafts Industry to Improve Competitive Advantage and Performance in a Wetland Environment. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(9), 447–465.
- Ismail, M. D., Domil, A. K. A., & Isa, A. M. (2014). Managerial Competence, Relationship Quality and Competitive Advantage among SME Exporters. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Iicies 2013), 138–146. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.422>
- Jain, A. K., Dhada, M., Parlikad, A. K., & Lad, B. K. (2020). Product quality driven auto-prognostics: Low-cost digital solution for SMEs. *IFAC-PapersOnLine*, 53(3), 78–83. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2020.11.012>
- Kreem, Z. A., Al-yasar, A. R. A., & Abdulhussein, A. S. (2020). Quality Costs And Their Impact On The Competitive Advantage Of Industrial Companies : Exploratory Study. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17(3), 2362–2374.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Munizu, M. (2013). The Impact of Total Quality Management Practices towards Competitive Advantage and Organizational Performance : Case of Fishery Industry in South Sulawesi Province of Indonesia. *PAkistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(1), 184–197.
- Ningtiyas, H., & Lubis, H. Z. (2018). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Jumlah Penjualan Pada Pt. Fajar Agung Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 18(1), 1–13.
- OJK-BCG Joint Research. (2020). *How MSME & Banking Can Be Successful in Economic & Digital Disruption's Era (Bagaimana UMKM & Perbankan Dapat Sukses di Era Disrupsi Ekonomi dan Digital)*. 1–108.
- Özkan, S., & Zengin, Y. (2013). Activity-based costing approach in the measurement of cost of quality in SMEs : a case study. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(4), 420–431. <https://doi.org/10.1080/14783363.2012.704286>
- Predrag, P. (1950). *Influence Of The Quality Costs On Achieving The Quality*.
- Purnomo, R. (2011). Resource-Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan : Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991). *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers (SCA-1)*, 1, 1–16. jp.feb.unsoed.ac.id
- Raguseo, E., Pigni, F., & Vitari, C. (2021). Streams of digital data and competitive advantage: The mediation effects of process efficiency and product effectiveness. *Information and Management*, 58(4), 103451. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103451>
- Rahman, M. R., & Oktavianto, M. R. (2013). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia*. 377–386.
- Rosiawan, M. (2016). Cost Of Quality , Iso 9001 And Its Impact On Corporate Performance :

- A Literature Review. *7th International Conference on Operations and Supply Chain Management, Phuket, 2016*.
- Sedevich-Fons, L. (2018). Linking strategic management accounting and quality management systems. *Business Process Management Journal*, 24(6), 1302–1320. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2018-0038>
- Singh, S. K., Chen, J., Del Giudice, M., & El-Kassar, A. N. (2019). Environmental ethics, environmental performance, and competitive advantage: Role of environmental training. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(May), 203–211. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.032>
- Sower, V., Ross, Q., & Eric, B. (2007). Cost of quality usage and its relationship to quality system maturity. *International Journal of Quality and Reliable Management*.
- Usman, R. (2011). Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Kinerja Balanced Scorecard Perusahaan Manufaktur Berskala Besar Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Kinerja Balanced. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 85–93.
- Voola, R., & O’Cass, A. (2008). Implementing Competitive Strategies: The Role of Responsive and Proactive Market Orientations. *European Journal of Marketing*, 44(1), 245–266.
- Wahyuningtias, K. A. (2013). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada Cv. Ake Abadi. *Jurnal EMBA*, 1(3), 321–330.
- Wijetunge, W. A. D. . (2016). Service Quality, Competitive Advantage and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(7), 720–728. www.ijsrp.org
- Wirtz, J., Heracleous, L., & Pangarkar, N. (2008). Managing Human Resources for Service Excellence and Cost Effectiveness at Singapore Airlines. *Managing Service Quality*, 18(1), 4–19.