
**DAMPAK PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU (SMM) TERHADAP
PERFORMA USAHA KECIL, DAN MENENGAH (UKM)
(STUDI KASUS PADA UKM YANG TELAH MENERAPKAN SMM DI
LAMONGAN)**

Moh Azus Shony Azar

Saifuddin Zuhri

Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

Pos el: Azus.boy2@gmail.com

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui karakteristik UKM yang telah menerapkan SMM, serta mengetahui pengaruh penerapan SMM terhadap performa UKM dan (2) memberikan rekomendasi berdasarkan penerapan sistem manajemen mutu (SMM). Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data penelitian ini merupakan data tentang karakteristik UKM, dan penerapan SMM UKM, rata-rata tingkat kecacatan produk (produk cacat) atau rata-rata peningkatan penjualan sebagai ukuran dalam menilai performa UKM. Data dikumpulkan dengan teknik angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis industri yang digeluti oleh UKM yang telah menerapkan SMM adalah Sarung tenun, Batik, Acesories dan kerajinan, UKM yang telah menerapkan SMM rata-rata memiliki total penjualan per tahun 100 juta rupiah sampai 1 milyar rupiah, jumlah karyawan tetap yang dimiliki tiap UKM berkisar antara 20 sampai 100 orang, dan karyawan honorer mencapai paling banyak 50 orang, lama penerapan SMM yang telah dilakukan berkisar antara 2 sampai 5 tahun, dan hubungan antara penerapan SMM dengan peningkatan rata-rata penjualan total per tahun positif dan sangat kuat ($R = 0.924$), dan hubungan antara penerapan SMM dengan penurunan rata-rata tingkat defect per tahun negatif kuat ($R = -0.880$).

Kata kunci: *UKM, implementasi SMM*

Abstract: *The purpose of this study were aimed to (1) determine the characteristics of UKM which have implemented SMM, SMM and know the effect of the application of SMM to the performance of UKM and (2) provide recommendations based on the application of the quality management system (QMS). This study was classified as a quantitative research study which was conducted by collecting data in the numbers form. This study was the data about the characteristics of UKM, and the implementation of the UKM SMM, the average level of product defects (defects), or an average increase in sales as a measure in evaluating the performance of UKM. Data were collected by questionnaire technique. The results showed that the type of industry that is cultivated by UKM that have implemented QMS is woven sarongs, batik, accesories, and crafts, UKM which have implemented an average SMM has total annual sales of 100 million dollars to 1 billion dollars, number of employees and equipment held each SME ranged from 20 to 100 people, and honorary employees reached more than 50 people, the old application SMM has done ranged from 2 to 5 years, and the relationship between the application of SMM with an average increase in total sales per year and very strong*

positive ($R = 0.924$), and the relationship between the application of SMM with a decrease in the average rate of defects per year strong negative ($R = - 0.880$).

Keywords: *UKM, implementation SMM*

PENDAHULUAN

Sistem manajemen mutu ISO 9000 merupakan sekumpulan prosedur terdokumentasi dan praktek-praktek standar untuk manajemen sistem yang bertujuan menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk (barang dan/ atau jasa) terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu. Kebutuhan atau persyaratan itu ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan dan organisasi.

Sistem manajemen mutu berlandaskan pada pencegahan kesalahan sehingga bersifat proaktif, bukan pada deteksi kesalahan yang bersifat reaktif. Patut diakui pula bahwa banyak sistem manajemen mutu tidak akan efektif 100% pada pencegahan semata, sehingga sistem manajemen mutu berlandaskan pada tindakan korektif terhadap masalah-masalah yang ditemukan.

Ekonomi rakyat merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Peranan usaha mikro, kecil dan menengah dalam penciptaan nilai tambah terus meningkat dari 54,51% pada tahun 2009 menjadi 56,72% pada tahun 2012. Sebaliknya peranan usaha besar semakin berkurang dari 45,49% pada tahun 2009 menjadi 43,28% pada tahun 2012. Usaha mikro, kecil dan menengah menyediakan 43,8% kebutuhan barang dan jasa nasional, sementara usaha besar 42,1% dan impor 14,1%.

Pada tahun 2012 pertumbuhan ekonomi Usaha mikro dan kecil sebesar

4,1% usaha menengah tumbuh sebesar 5,1%, sedang usaha besar hanya tumbuh 3,5%. Pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah telah meningkatkan kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah untuk pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 2,37% dari total pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 4,1%. Usaha mikro, kecil dan menengah memiliki keunggulan pertumbuhan PDB yang tumbuh masing-masing 5,6%, 4,65%, dan 5,36% pada periode yang sama. Usaha mikro, kecil dan menengah berpotensi besar mensuplai input pada industri sekunder dan tersier. Sehingga potensial dikembangkan pada masa mendatang mengingat memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi.

Usaha mikro, kecil dan menengah memberikan lapangan kerja bagi 99,45% tenaga kerja di Indonesia, dan masih akan menjadi tumpuan utama penyerapan tenaga kerja pada masa mendatang. Selama periode 2009-2012, usaha mikro dan kecil telah mampu memberikan lapangan kerja baru bagi 7,4 juta orang dan usaha menengah mampu memberikan lapangan kerja baru sebanyak 1,2 juta orang. Pada sisi lain, usaha besar hanya mampu memberikan lapangan kerja baru sebanyak 55.760 orang selama periode 2009-2012. Hal ini merupakan bukti bahwa UMKM merupakan katup pengaman dinamisator dan stabilisator perekonomian Indonesia.

Mempertimbangkan ekonomi rakyat umumnya berbasis pada sumberdaya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor karena keunikannya, maka pembangunan ekonomi rakyat

diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional.

Tabel .1
Rata-rata Struktur PDB Menurut Skala Usaha Tahun 2009-2012

LAPANGAN USAHA	Rata-rata 2009-2012			
	UK	UM	UB	Struktur
Pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan	85,74	9,09	5,17	16,89
Pertambangan dan Penggalian	6,73	2,96	90,3	12,20
Industri Pengolahan	15,14	12,98	71,89	25,10
Listrik, gas, dan air bersih	0,52	6,80	92,68	1,73
Bangunan	43,88	22,57	33,55	5,93
Perdagangan, hotel dan restoran	76,60	20,81	3,59	16,15
Pengangkutan dan komunikasi	36,69	26,64	36,67	5,50
Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan	16,80	46,47	36,73	6,64
Jasa-jasa	35,59	7,16	57,25	9,86
PDB	40,55	15,22	44,24	100,00
PDB Non Migas	46,22	17,19	36,60	87,74

Sumber : BPS dan Kementerian Koperasi dan UKM

Perekonomian Indonesia masih didominasi oleh perusahaan dengan produktivitas yang rendah, dimana perusahaan dengan produktivitas yang rendah inilah jumlah usaha mikro dan kecil terkonsentrasi (84,7%). Hal ini mengindikasikan masing rendahnya produktivitas dan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah.

Salah satu jalan untuk dapat meningkatkan persaingan adalah melalui adopsi prinsip-prinsip Sistem Manajemen Mutu (SMM). Namun penerapan Sistem Manajemen Mutu memang masih didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar dan masih sangat sedikit UKM yang paham bahkan menerapkan SMM. Hal ini disebabkan karena sebagian besar UKM belum mengetahui keuntungan atau manfaat bila menerapkan SMM pada perusahaannya, Sehingga masalah yang muncul adalah bagaimana pengaruh

penerapan SMM terhadap performa UKM.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: “Adakah dampak penerapan sistem manajemen mutu (SMM) terhadap performa usaha kecil dan menengah /UKM (Studi Kasus pada UKM yang telah menerapkan SMM di Lamongan)”?

KAJIAN PUSTAKA

Usaha Kecil Menengah (UKM)

Untuk keperluan penelitian ini maka definisi UKM yang dipakai adalah definisi yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, dimana disebutkan bahwa UK (usaha kecil) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan kriteria:

1. kekayaan bersih maksimal Rp 200 juta tidak termasuk tanah, atau

2. penjualan tahunan maksimal Rp 1 milyar,
3. Milik warga Negara Indonesia,
4. berdiri sendiri bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah maupun besar.

Sedang UM (usaha menengah) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kriteria sebagai berikut 1. kekayaan bersih lebih dari Rp 200 juta sampai Rp 10 milyar tidak termasuk tanah atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak dengan usaha besar, berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha tidak berbadan hukum dan atau yang berbadan hukum.

Sistem Manajemen Mutu (SMM)

SMM didefinisikan oleh Juran (1993) sebagai filosofi yang bertujuan untuk mencapai “business excellence” melalui penggunaan aplikasi dari tool dan teknik sebaik penggunaan “soft aspect” dalam manajemen seperti motivasi dalam bekerja. Ide utamanya adalah mutu terdiri dari 3 proses manajerial yaitu planning, control, dan improvement.

Crosby (1986) mendefinisikan SMM sebagai cara yang sistematis dalam memastikan bahwa aktifitas organisasi berjalan sesuai rencana. Filosofi SMM menurutnya ada 5, yaitu

1. Mutu didefinisikan sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan bukan sebagai goodness atau elegance dari suatu produk.
2. Tidak ditemui masalah pada mutu.
3. Selalu lebih murah.
4. Ukuran performa utama adalah biaya mutu.
5. Standar performa utama adalah zero defects.

Feigenbaum (1988) menggambarkan SMM dengan karakteristik sebagai berikut : Mutu adalah proses yang sistematis dan terintegrasi yang mencakup aspek yang lebih besar bukan hanya tanggung jawab fungsi/departemen teknik.

Lima kunci sukses dalam implementasi SMM adalah :

1. Fokus pada kepuasan konsumen
2. Komitmen dari top manajemen dan pimpinan
3. Paham tentang SMM
4. Diimplementasikan secara terus menerus
5. Keterlibatan semua sdm dan perbaikan berkelanjutan
6. Pelatihan dan pendidikan.

Implementasi SMM pada UKM

Implementasi SMM masih didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar. Masih sangat sedikit UKM yang mengimplementasikan SMM, padahal kenyataannya adalah perusahaan besar memerlukan keterlibatan pemasok mereka untuk mensupport implementasi SMM mereka. Sebagian besar pemasok adalah merupakan industri kecil dan menengah (UKM), sehingga UKM harus proaktif dalam menghadapi kompetisi global dan harus lebih efisien dan efektif untuk dapat survive dalam lingkungan bisnis.

Salah satu jalan menuju itu adalah dengan mengadopsi prinsip-prinsip SMM. Implementasi SMM dapat membantu UKM untuk memanfaatkan sumberdaya mereka secara efektif dan efisien, sehingga lebih fokus pada kebutuhan dan harapan pasar. Implementasi pada UKM berbeda-beda tergantung dari ukuran, sumberdaya, dan pengalaman mutu. Tetapi paling tidak ada 2 problem utama yaitu keterbatasan financial dan sumberdaya teknik. (Lee and Oakes, 1995).

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan teknik pengumpulan data, jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data yang berupa angka kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut (Martono, 2010; 19).

Data dan Sumber Data

Dilihat dari sumber perolehan data, atau dari mana data tersebut berasal secara umum dalam penelitian dikenal dengan data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif (Teguh, 2005: 122). Dengan kata lain data primer merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian secara langsung dilapangan, yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut.

Dalam penelitian ini data primer merupakan data tentang karakteristik UKM, dan penerapan SMM UKM, rata-rata tingkat kecacatan produk (produk cacat) atau rata-rata peningkatan penjualan sebagai ukuran dalam menilai performa UKM.

Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif (Teguh, 2005: 121). Data sekunder yang diperlukan

merupakan data-data yang berguna menunjang hasil penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ilmiah seorang peneliti harus mendapatkan data yang terperinci dan baik. Untuk mendapatkan data tersebut teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Angket (Kuisisioner)

Menurut Hasan (2008:83), angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.

Berdasarkan bentuk pertanyaan yang ada dalam angket, golongan angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan angket tertutup (closed questionere). Menurut Hasan (2008), angket tertutup merupakan anket yang pertanyaan atau pernyataannya tidak memberikan kebebasan kepada responden, untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka.

Adapun Pengukuran tingkat penerapan SMM di perusahaan adalah sebagai berikut :

1 = telah menerapkan inspection/self assessment, 2 = telah menerapkan, SPC , 3 = telah menerapkan 5 S dan 3 M, 4 = telah menerapkan TQC, TQM, 7 tools of Quality, Kaizen atau Cost of Quality, 5 = telah menerapkan ISO 9000-1994/98, ISO 9001-2000, 6 = telah menerapkan Six Sigma

Analisa Data

Untuk melihat ada tidaknya korelasi antara tingkat penerapan SMM tingkat penurunan cacat produk atau peningkatan penjualan tiap tahun digunakan uji korelasi sederhana, yaitu dengan rumus :

$$R = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Arti dari koefisien korelasi r :

1. Bila $r \Rightarrow 0,90 < r < 1,00$ atau $-0,90 < r < -1,00$, artinya hubungan sangat kuat.
2. Bila $r \Rightarrow 0,70 < r < 0,90$ atau $-0,70 < r < -0,90$, artinya hubungan yang kuat.
3. Bila $r \Rightarrow 0,50 < r < 0,70$ atau $-0,50 < r < -0,70$, artinya hubungan yang moderat.

4. Bila $r \Rightarrow 0,30 < r < 0,50$ atau $-0,30 < r < -0,50$, artinya hubungan yang lemah.
5. Bila $r \Rightarrow 0,00 < r < 0,30$ atau $-0,00 < r < -0,30$, artinya hubungan sangat lemah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik UKM

Gambaran umum UKM dapat diamati melalui table berikut.

Tabel .2
Karakteristik UKM yang Telah Menerapkan SMM

Karakteristik	Satuan
Jenis Industri	Sarung tenun, Batik, Acesories dan kerajinan
Total Penjualan rata-rata/tahun	100 juta – 1 milyar
Jumlah Karyawan Tetap	20 – 100 orang
Jumlah Karyawan Honorer	0 – 50 orang
Wilayah Pasar	Tuban,Bojonegoro – ekspor Arab Saudi
Lama Penerapan SMM	2 – 5 tahun

Tingkat Penerapan SMM

Jenis SMM yang diterapkan terdiri dari self assessment, inspection, SPC, 5S, 3M, Kaizen, Cost of Quality, 7 Tools of Quality, TQC, TQM, ISO 9000, dan Six Sigma. Berdasarkan evolusi dari pendekatan mutu yang dipakai (berkaitan dengan metode, waktu ditemukan dan diterapkannya) maka SMM di atas dikelompokkan dan diurutkan sebagai berikut:

1. Inspection era adalah pendekatan mutu yang hanya mengandalkan penilaian subjektif dari pembuatnya, dimana penekanannya hanya pada pengukuran, pengecekan, penyortiran tanpa mencari penyebab dari buruknya mutu produk. Bentuk aktivitasnya adalah self assessment dan inspection.

2. Statistical Quality Control / Statistical Process Control (SPC) era. Metode ini ditandai dengan terbitnya buku Economic Control of Quality of Manufactured Product oleh W.A Sheward pada tahun 1931. Metode ini menganggap bahwa variasi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindarkan dalam proses produksi dan masih dianggap wajar selama berada pada rentang kendali. (SQC/SPC era 1931). Aktivitasnya adalah SPC dalam bentuk chek sheet dan bagan kendali mutu.
3. Quality Management era (tahun 1980an). Sebuah era baru dalam manajemen mutu, dimana mutu produk sudah dipandang sebagai keunggulan kompetitif perusahaan sehingga perlu perencanaan strategis

- terhadapnya. Perencanaan mutu produk yang dibuat sudah berorientasi pada konsumen. Metode yang digunakan adalah TQC termasuk Kaizen, Cost of Quality, 5S, 3M, 7 tools of quality dan TQM.
4. Era Standarisasi Mutu (ISO 9000 series 1994/1998, 9001-2000, ISO 12000, 14000, JIS,). Ditandai dengan semakin meluasnya persyaratan sertifikat ISO pada sebuah produk untuk memasuki pasar global. Sertifikasi ISO semakin meluas pada tahun 1990an sampai saat ini.
 5. Metode terbaru dalam manajemen mutu yaitu Six Sigma. (Mulai tahun 2000)

Bila dilihat berdasarkan tingkat penerapannya, maka jenis SMM yang paling banyak digunakan oleh UKM adalah tingkatan ke 4 yang terdiri dari ISO series. Namun bila dilihat dari lama penerapannya, tingkatan ke 4 ini adalah yang paling baru artinya jenis SMM ini paling lama baru diterapkan 4 tahun terakhir. Kondisi ini dapat dimengerti mengingat semakin ketatnya persaingan di pasar dimana sistem manajemen mutu dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif untuk memasuki/memenangkan pasar Tingkatan SMM paling banyak digunakan berikutnya adalah tingkat ke 2 yaitu SPC. Bila dilihat dari lama penerapannya, tingkatan ini merupakan tingkatan SMM yang paling lama digunakan, artinya jenis SMM ini telah diterapkan selama 4 tahun. Hal ini dapat dijelaskan karena metode ini dari sisi penerapan adalah paling sederhana namun cukup akurat sebagai alat pengendali mutu dibanding self assessment.

Jenis SMM yang paling sedikit digunakan adalah cost of quality, TQM,

TQC, 7 tools of quality, dan Keizen. Sedikitnya UKM yang menggunakan jenis SMM ini dikarenakan tidak mudahnya perusahaan (UKM) memilah-milah dan melakukan penelusuran biaya mutu. Sedangkan jenis SMM yang belum digunakan oleh UKM adalah six sigma, hal ini dikarenakan UKM belum memiliki pemahaman yang memadai dan juga karena metode ini masih relatif baru.

Tabel. 3

Tingkat Penerapan SMM oleh UKM

Tingkat Penerapan SMM	% UKM yang menerapkan	Lama Penerapan
<i>Self Assessment, Inspection</i>	23,2	1 – 4 tahun
SPC	15,4	3 – 5 tahun
5 S, 3 M, Cost of Quality, TQC, TQM, 7tools of Quality, Keizen	23,0	2 – 4 tahun
ISO 9000 series 1994/1998, 9001-2000, ISO 12000, 14000, JIS.	38,5	1 – 4 tahun
Six Sigma	0,0	

Bila dilihat dari banyaknya jenis SMM yang diterapkan oleh setiap UKM, ternyata tidak selalu satu UKM menerapkan hanya satu jenis SMM. Sebagian besar (66%) UKM menerapkan

lebih dari satu jenis SMM. Hal ini dikarenakan SMM merupakan sebuah evolusi (berkembang secara bertahap), dimana metode SMM yang satu (lama) berkaitan dengan yang lain (baru) dan saling menyempurnakan.

Tabel .4
Banyaknya Tingkatan SMM yang Diterapkan oleh UKM

Jumlah SMM yang diterapkan/UKM	UKM yang menerapkan (%)
1	33
2	34
3	33
4	0
5	0

Hubungan Penerapan SMM dengan Performa UKM

Telah dijelaskan bahwa setiap UKM tidak selalu menerapkan satu macam SMM. Satu UKM dapat menerapkan lebih dari satu jenis SMM, UKM lain hanya menerapkan satu jenis SMM dalam kurun waktu beberapa tahun. Untuk melihat pengaruh penerapan SMM terhadap performa UKM maka penerapan SMM dilihat dari dua sisi. Sisi pertama bagi perusahaan yang menerapkan lebih dari satu SMM adalah dengan melihat perbedaan performa menurut perbedaan tingkat penerapan SMM. Sisi kedua bagi perusahaan yang hanya menerapkan satu jenis SMM adalah dengan melihat perbedaan performa setiap tahunnya. Disamping itu, karena adanya keterbatasan data yang diperoleh maka performa perusahaan hanya dilihat dari tingkat penjualan per tahun dan tingkat defect produk tiap tahun.

Tabel. 5

Hubungan Antara Penerapan SMM dengan Penjualan/Tahun

Responden	R	R ² (%)
UKM 1	0.923	85.2
UKM 2	0.999	99.0
UKM 3	0.996	99.2
UKM 4	0.900	79.6
UKM 5	0.975	95.0
UKM 6	0.973	94.0
UKM 7	0.984	96.9
Rata-rata	0,964	92.4

Nilai R menunjukkan hubungan antara penerapan SMM dengan penjualan yang diperoleh UKM per tahun. Hubungan antara penerapan SMM dengan besarnya penjualan per tahun positif sangat kuat, artinya makin tinggi tingkat penerapan SMM atau makin lama penerapan SMM yang dilakukan UKM akan semakin meningkatkan total penjualan rata-rata per tahun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R sebesar 0,964 (lihat tabel 5). Artinya makin tinggi tingkat atau makin lama penerapan SMM yang dilakukan UKM akan semakin meningkatkan total penjualan rata-rata per tahun. Variasi performa UKM yang ditunjukkan dengan variasi naik turunnya penjualan rata-rata per tahun 92,4% dapat dijelaskan oleh variasi penerapan SMM. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R² sebesar 92,4%.

Sedangkan hubungan antara penerapan SMM dengan besarnya angka defect rata-rata per tahun ditunjukkan oleh tabel 6 berikut. Pada tabel tersebut terlihat nilai R sebesar -0,880 yang menunjukkan adanya hubungan yang negatif kuat antara tingkat penerapan SMM dengan penurunan angka defect. Artinya makin tinggi tingkat atau makin lama penerapan SMM yang dilakukan UKM akan semakin menurunkan defect rata-rata per tahun. Sedangkan variasi

tingkat defect per tahun 78,16% dapat dijelaskan oleh variasi penerapan SMM, yang ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 78,16%.

Tabel. 6
Hubungan Antara Penerapan SMM dengan Defect/Tahun

Responden	R	R^2 (%)
UKM 8	-0,813	66,1
UKM 9	-0,929	86,3
UKM 10	-0,906	82,1
Rata-rata	-0,880	78,16

Bila dilihat lebih jauh yaitu dengan membandingkan dua nilai R di atas, terlihat bahwa penerapan SMM lebih kuat pengaruhnya pada peningkatan penjualan dibandingkan dengan penurunan defect. Hal ini dimungkinkan karena penerapan SMM lebih berpengaruh pada pasar dibanding perbaikan proses manajemen di dalam UKM sendiri. Artinya produk yang dihasilkan oleh UKM yang telah menerapkan SMM menjadi pertimbangan yang sangat kuat bagi konsumen, meskipun penerapan SMM ini juga berpengaruh pada peningkatan efektifitas dan efisiensi UKM itu sendiri.

Dari pembahasan di atas jelas terdapat hubungan yang kuat antara penerapan SMM dengan peningkatan rata-rata penjualan per tahun atau penurunan rata-rata defect per tahun pada UKM yang menerapkan SMM. Hal ini membuktikan bahwa penerapan SMM sangat membantu UKM dalam memanfaatkan kelangkaan sumberdaya secara efektif dan efisien untuk lebih fokus pada pemenuhan kepuasan dan harapan pelanggan, dan pada akhirnya dapat menjalankan proses bisnis yang lebih efisien dan efektif dengan menghasilkan produk atau jasa bermutu tinggi dengan biaya murah.

PENUTUP

Simpulan

Hasil pembahasan dari penelitian kemudian disimpulkan sebagai berikut :

1. Jenis industri yang digeluti oleh UKM yang telah menerapkan SMM adalah Sarung tenun, Batik, Acesories dan kerajinan.
2. UKM yang telah menerapkan SMM rata-rata memiliki total penjualan per tahun 100 juta rupiah sampai 1 milyar rupiah, dengan jangkauan pasar yang dikuasai paling kecil adalah wilayah Tuban dan bojonegoro . terluas telah melakukan ekspor sampai ke Arab Saudi.
3. Jumlah karyawan tetap yang dimiliki tiap UKM berkisar antara 20 sampai 100 orang, dan karyawan honorer mencapai paling banyak 50 orang.
4. Lama penerapan SMM yang telah dilakukan berkisar antara 2 sampai 5 tahun.
5. Hubungan antara penerapan SMM dengan peningkatan rata-rata penjualan total per tahun positif dan sangat kuat (R rata-rata = 0.924) , dan hubungan antara penerapan SMM dengan penurunan rata-rata tingkat defect per tahun negatif kuat (R rata-rata = - 0.880).

Saran

1. Dari Kesimpulan di atas, terlihat adanya hubungan yang kuat antara penerapan SMM dengan peningkatan performa UKM sehingga program pemberdayaan UKM agar memiliki keunggulan kompetitif elalui penerapan SMM, dapat dipertimbangkan untuk diterapkan pada UKM yang lain secara selektif.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan membagi UKM berdasar jenis

industri untuk melihat ada tidaknya perbedaan efektifitas penerapan SMM pada jenis industri yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono, Koetoe., Wayan..Statistika dan Probabilitas, PT Remaja Rosda Karya Bandung, (2004)
- Crosby, P.B., (1980), *Quality is Free – The Art of Making Quality Certain*, MacGraw Hill Book Company, New York
- Deming, W.E., (1986), *Quality, Productivity, and Competitive Position*, MIT Press.
- Feigenbaum, AV (1988), *Total Quality Development in the 1990s – An international perspective in Chase, R.I(ed), Total Quality Management : An IFS Briefing*, IFS Publication, pp 3-9
- Ghobadian,A., Gallear, D.N., (1997), *TQM and Organizational Size*, International Journal of Operation and Production Management, vol.17 No.2., pp 121-163
- Heizer, and Render, (2003) *Operation Management*, Prentice Hall, New York.
- Juran, J.M., Gyrna, F.M., (1993), *Quality Planning and Analysis*, (3rd ed) MacGraw Hill Book Company, Singapore.
- Lee, G.L., Oakes, L, (1995), The ‘pros’ and ‘cons’ of total quality management for small firms in manufacturing: some experience down the supply chain, *total quality Management*, Vol. 6 No 4, pp. 413-426.
- Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan uhtuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta.