

PENGARUH SOCIAL MEDIA USE TO WORK, TOTAL QUALITY MANAGEMENT, DAN ORGANIZATIONAL CULTURE TERHADAP ORGANIZATIONAL PERFORMANCE PADA UMKM OLAHAN PANGAN BERBASIS DIGITAL

Nely Falahati Siyami¹, Dody Setyadi², Rara Ririn Budi Utaminingtyas³
Politeknik Negeri Semarang

nelyfalahati@gmail.com¹, dodysetyadi@polines.ac.id², ririnribowo@gmail.com

Received: 18 07 2024

Reviewed: 13 02 2025 Accepted: 13 02 2025 Published: 18 02 2025

ABSTRACT

Advances in technology have encouraged Indonesians to use the internet, but the utilization of the internet for the business purposes in Semarang MSMEs has only reached 60% of the total MSMEs. Meanwhile, organizations need the internet or social media to adjust to existing the market dynamics. The aim of this study is to analyze the influence of Social Media Use to Work, Total Quality Management, Organizational Culture on Organizational Performance. The population is digital food processing MSMEs with a sample of 100 MSMEs obtained through distributing questionnaires using purposive sampling technique. The result indicate that SMUW, TQM, and OC have a positive effect on OP. The managerial implication is MSMEs need to utilize social media effectively by creating interesting content, apply TQM principles by understanding customer needs, and build a positive organizational culture by setting a clear vision and missions to improve organizational performance.

Keywords: Social media, TQM, organizational culture, organizational performance

ABSTRAK

Kemajuan dalam teknologi telah mendorong masyarakat Indonesia untuk menggunakan internet, namun pemanfaatan internet untuk keperluan bisnis pada UMKM Kota Semarang baru mencapai 60% dari total seluruh UMKM yang ada. Sementara itu, organisasi membutuhkan penggunaan internet atau media sosial untuk mengimbangi dinamika pasar yang ada. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh *Social Media Use to Work*, *Total Quality Management*, *Organizational Culture* terhadap *Organizational Performance*. Populasi penelitian ini yaitu UMKM olahan pangan berbasis digital dengan sampel berjumlah 100 UMKM yang diperoleh dengan pendistribusian kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling*. Regresi linear berganda dengan SPSS versi 16 digunakan dalam proses olah data. Hasil penelitian mengemukakan SMUW, TQM, dan OC berpengaruh positif terhadap OP. Implikasi manajerial penelitian ini yaitu UMKM perlu memanfaatkan media sosial secara efektif dengan membuat konten yang menarik, menerapkan prinsip TQM dengan memahami kebutuhan pelanggan, dan membangun budaya organisasi yang positif dengan menetapkan visi dan misi yang jelas untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Kata kunci: Media sosial, TQM, Budaya Organisasi, Kinerja Organisasi

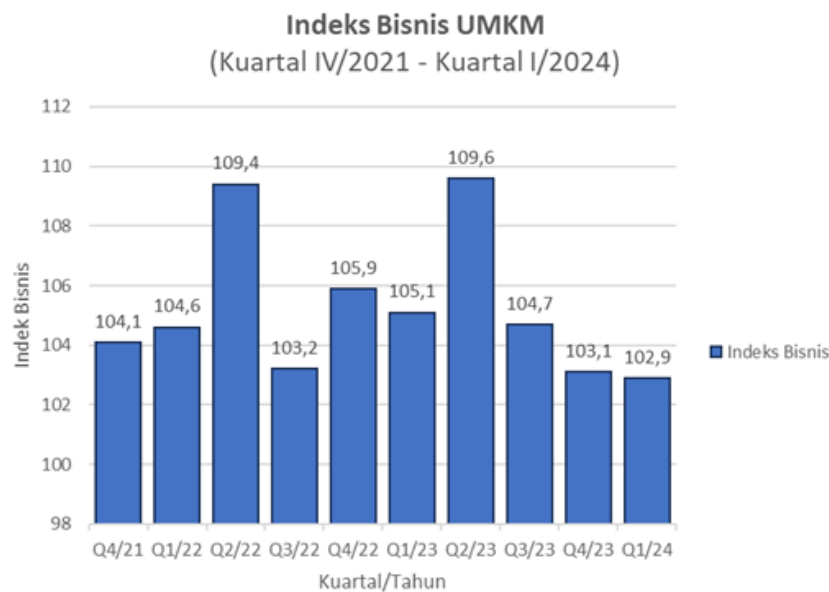
A. PENDAHULUAN

Pokok bahasan mengenai kinerja organisasi telah menarik perhatian dari para peneliti karena memiliki peranan penting untuk menjelaskan mengenai seberapa baik keadaan suatu organisasi. Kinerja organisasi yang diukur secara akurat dapat menjadikan sebuah organisasi untuk dapat mengelola dan menggunakan sumber daya secara optimal, membantu konsumen memberikan informasi yang dapat diandalkan oleh organisasi, dan mengembangkan strategi yang optimal (Gamal Abdualmajed Ali, 2017). Kinerja organisasi didefinisikan sebagai cara bagi organisasi untuk mendapatkan manfaat dari modal yang dimiliki untuk memperoleh sasaran dan keberhasilan organisasi. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki organisasi untuk menerapkan strategi yang efektif untuk menggapai sasaran organisasi. Kinerja organisasi dapat dipengaruhi faktor keuangan seperti penjualan, profitabilitas, laba atas asset dan faktor non keuangan mencakup prospek pelanggan, infrastruktur yang memadai, budaya organisasi, serta pembelajaran dan pertembuhan organisasi. Pada umumnya faktor keuangan adalah faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan organisasi, namun diketahui bahwa faktor non keuangan dapat lebih berharga dalam menunjukkan keberhasilan organisasi (Penpokai, Vuthisopon, & Saengnoree, 2023).

Kinerja UMKM Indonesia dapat diketahui melalui indeks bisnis yang dipublikasikan oleh PT Bank Rakyat Indonesia pada setiap kuartal. Adapun indeks bisnis UMKM pada kuartal IV tahun 2021 sampai dengan kuartal I tahun 2024 adalah sebagai berikut:

GAMBAR 1

INDEKS BISNIS UMKM INDONESIA KUARTAL IV 2021 – KUARTAL I 2024



Sumber: Laporan Bank Rakyat Indonesia, 2024

Berdasarkan laporan indeks bisnis UMKM yang telah dirilis oleh (BRI Research Institute, 2024), diketahui bahwa pada kuartal III tahun 2022 indeks bisnis UMKM mengalami penurunan sebesar 6,2 dari kuartal sebelumnya, kemudian pada kuartal I tahun 2023 juga mengalami sedikit penurunan yaitu sebesar 0,8. Selain itu, penurunan indeks bisnis UMKM juga terjadi pada tiga kuartal terakhir yaitu pada kuartal III tahun 2023, kuartal IV tahun 2023, dan kuartal I tahun 2024. Selain penurunan indeks bisnis UMKM, diketahui bahwa baru 60% UMKM di Kota Semarang yang telah memanfaatkan media digital dalam menjalankan bisnisnya. Sementara itu, organisasi sekarang ini membutuhkan penggunaan media sosial yang sesuai dengan pekerjaan dalam rangka mengimbangi revolusi berkelanjutan dalam sistem teknologi informasi yang telah mengharuskan organisasi untuk menyesuaikan dengan keadaan pasar yang ada (Palacios-Marqués, Deveci-Carañana, & Llopis-Albert, 2016).

Media sosial dapat digunakan untuk membangun dan menjaga nama baik organisasi agar dapat dilihat oleh publik sehingga dapat meningkatkan interaksi sosial organisasi, mempromosikan bisnis, membangun kepercayaan, dan membangun hubungan dengan pangsa pasar yang telah ditargetkan melalui media sosial (Luqman Oyekunle, Olorunyomi, Richard Ajayi, & James Olabode Bamidele, 2021). Media sosial juga dapat digunakan organisasi sebagai sumber informasi yang efektif untuk membantu manajer dalam meningkatkan proses TQM. TQM pada umumnya dianggap sebagai revolusi manajemen dan telah memberikan pengaruh dalam sistem bisnis. TQM merujuk pada salah satu teknik dalam manajemen yang digunakan untuk mengembangkan proses dalam organisasi untuk mencapai kualitas dan kepuasan dari pelanggan dan karyawan (Aawag Mohsen et al., 2023). TQM dapat membuat

organisasi memahami kebutuhan pelanggan karyawan dengan cepat agar dapat melakukan perbaikan kualitas produk maupun layanan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi (Jiang, Liu, Ding, Liang, & Duan, 2017). Selain media sosial dan TQM, budaya organisasi juga dapat mempengaruhi kinerja operasional organisasi yang artinya juga dapat meningkatkan kinerja organisasi (Kim & Chang, 2019).

Penelitian ini memperhatikan pentingnya penerapan digitalisasi pada UMKM sehingga menjadikan *dynamic capability theory* sebagai teori dasar dalam menganalisis seberapa besar pengaruh variabel *social media use to work*, *total quality management*, *organizational culture* terhadap *organizational performance*. Berdasarkan penjelasan tersebut, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Social Media Use to Work*, *Total Quality Management*, dan *Organizational Culture* terhadap *Organizational Performance* pada UMKM Olahan Pangan Berbasis Digital”.

B. TELAAH PUSTAKA

Teori dasar penelitian ini adalah *dynamic capability theory*, memberikan pandangan yang ideal untuk memeriksa proses penciptaan ekonomi digital yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi mampu menumbuhkan inovasi pasar sehingga dapat menciptakan nilai bisnis dengan menggunakan teknologi informasi (Eloranta & Turunen, 2015). *Dynamic capability theory* merupakan teori yang diturunkan dari *resource-based view theory* yang merujuk pada pendekatan berbasis sumber daya yang telah memberikan bahwa perbedaan antara organisasi dapat diketahui melalui hasil dari keanekaragaman dari sebuah organisasi yang berhubungan dengan modal dan kemampuan organisasi untuk menggapai keunggulan yang kompetitif (Barney, 1991). *Resource-based view theory* juga menegaskan bahwa TQM dan OC apabila dimanfaatkan secara efektif sebagai sumber daya dan kemampuan organisasi yang penting, unik, dan tidak berwujud dapat mendorong peningkatan kinerja sehingga dapat berkontribusi pada keunggulan kompetitif (Hilman, Ali, & Abdullahi Hassan, 2020). Keunggulan kompetitif dalam organisasi dapat didefinisikan sebagai sejauh mana organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal, menetralkan ancaman yang ada, dan mengurangi biaya yang diperlukan (Newbert, 2008).

Organizational Performance

Kinerja organisasi telah menjadi variabel independen dalam bidang manajemen yang digunakan sebagai metode untuk mengukur sejauh mana organisasi mampu menggapai tujuan yang telah ditetapkan (Frank Nana Kweku, 2019). Kinerja organisasi dapat didefinisikan sebagai bukti atas kemampuan sebuah organisasi dalam melakukan berbagai penilaian terhadap

karyawan dan temuan dalam aspek umum yang meliputi kinerja bisnis, kinerja keuangan, dan organisasi yang efektif (Abdulrahman Abdullah, 2020). Menurut (Nazarian, Atkinson, & Foroudi, 2017), kinerja organisasi penting bagi seorang manajer karena kinerja organisasi dapat mengukur tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam menggapai tujuannya. Seorang manajer hendaknya mengetahui faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi sehingga mampu menempuh langkah tepat untuk mencapai kinerja organisasi yang baik (Abu-Jarad, Yusof, & Nikbin, 2010). Pelaksanaan kinerja individu dalam organisasi merupakan dasar dari kinerja organisasi, namun tidak dapat menggambarkan kinerja organisasi secara keseluruhan sehingga kinerja organisasi dapat diimplementasikan secara alami pada saat individu berada pada tingkatan yang berbeda untuk dapat mencapai tujuan dalam organisasi (Hong-Cheng & Jie-Shin, 2019).

Indikator *organizational performance* menurut pendapat (Frank Nana Kweku, 2019) yaitu:

1. *Human resource outcome* (hasil sumber daya manusia)
2. *Organizational Outcome* (hasil organisasi)
3. *Financial Outcome* (hasil keuangan)

Social Media Use to Work

Sebagian besar bisnis di zaman sekarang telah berada di lingkungan digital yang menjadikan sebuah bisnis tidak lagi hanya terbatas pada sebuah bangunan atau lokasi geografis seperti pasar (Luqman Oyekunle et al., 2021). Salah satu teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan bisnis adalah media sosial. Apabila media sosial dimanfaatkan untuk keperluan pekerjaan, maka hendaknya penggunaan media sosial tersebut berbeda karena tujuan utamanya yaitu agar mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi (Hermawan, Suharnomo, Sartono, & Hindrawati, 2019). Organisasi diharapkan mampu memanfaatkan ide yang didapat dari media sosial secara efektif karena apabila dimanfaatkan dengan buruk dapat dengan cepat merusak reputasi organisasi (Rashed Salem, 2021). Sementara itu, anggota dalam sebuah organisasi yang dapat menemukan dan menerapkan ide-ide yang sesuai dapat meningkatkan kinerja organisasi (Sulistiyani, Karnowahadi, & Setyadi, 2021). Media sosial digunakan oleh organisasi untuk mengikuti perubahan lingkungan bisnis dan bertemu calon pelanggan karena media sosial merupakan tempat organisasi untuk bertemu dengan konsumen (Luqman Oyekunle et al., 2021)

Indikator *social media use to work* berdasarkan pendapat (Hermawan et al., 2019) yaitu:

1. *Trend monitoring* (pemantauan tren)
2. *Supplier prospecting* (prospeksi pemasok)
3. *Online marketing* (pemasaran online)
4. *Mutual relationship* (hubungan timbal balik)

Total Quality Management

TQM didefinisikan sebagai filosofi manajemen dalam sebuah organisasi yang berusaha untuk memperbaiki secara terus menerus setiap kegiatan operasionalnya melalui konsep kualitas total, yang dimulai dari proses pengadaan sumber daya sampai dengan memberikan dukungan terhadap pelanggan, serta memberikan layanan dengan kualitas terbaik kepada pelanggan (Hilman et al., 2020). TQM telah mampu mempengaruhi sistem bisnis global dan secara global sudah dianggap sebagai revolusi dalam manajemen (Aawag Mohsen et al., 2023). Menurut pendapat dari (Hilman et al., 2020), praktis TQM dalam sebuah bisnis sangat penting karena merupakan dasar untuk membuat proses manajemen menjadi efektif sehingga mampu menjadikan keberlangsungan suatu bisnis menjadi kompetitif. Setiap manajer dalam sebuah organisasi harus menjadikan kesadaran terhadap kualitas sebagai target utama karena persaingan antar perusahaan menjadi semakin kompleks dan tuntutan dari pelanggan terhadap organisasi terus berubah (Lasrado & Nyadzayo, 2020).

Indikator *total quality management* berdasarkan pendapat (Qasrawi, Almahamid, & Qasrawi, 2017) yaitu:

1. *Leadership* (kepemimpinan)
2. *Strategic planning* (perencanaan strategis)
3. *Customer focus* (fokus pelanggan)
4. *Teamwork* (kerjasama)
5. *Process management* (manajemen proses)
6. *Information and analysis* (informasi dan analisis)

Organizational Culture

Budaya organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu kebiasaan yang telah diterapkan dan menyatu dalam sebuah organisasi tersebut (Hermawan & Suharnomo, 2021). Budaya organisasi termasuk salah satu yang mempengaruhi nilai organisasi yang dianggap sebagai kekuatan sosial yang tidak dilihat langsung, tetapi memiliki pengaruh yang sangat kuat pada organisasi (Nuryanto, Masyhudzulhak Djamil, Ahmad Hidayat, & Ahmad Badawi, 2020). Menurut pendapat (Qadar Bakhsh et al., 2022), budaya organisasi dapat divisualisasikan

sebagai nilai, tradisi, bahasa, dan simbol yang telah dipercaya di lingkungan organisasi dalam jangka waktu yang panjang sebagai penanda kekuatan yang dapat digunakan untuk memberikan pengaruh terhadap perilaku di tempat kerja. Berkaitan dengan hal tersebut, pemimpin organisasi penting untuk melakukan penyesuaian perilaku agar dapat sejalan dengan budaya organisasi sebagai upaya untuk mencapai sasaran organisasi.

Indikator *organizational culture* berdasarkan pendapat (Li-Fan, Ing-Chung, Wei-Chang, & Pey-Lan, 2019) yaitu:

1. *Innovative organizational culture* (budaya organisasi yang inovatif)
2. *Bureaucratic organizational culture* (budaya organisasi yang birokratis)
3. *Trust and supportive organizational culture* (budaya organisasi yang berlandaskan kepercayaan dan saling mendukung).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan deduktif, berawal dari teori dasar yang dibangun berdasarkan teori penelitian terdahulu untuk mengetahui pengaruh *social media use to work* (X1), *total quality management* (X2), dan *organizational culture* (X3) terhadap *organizational performance* (Y) pada UMKM olahan pangan berbasis digital di Kota Semarang.

Populasi

Populasi yaitu gabungan unsur berupa suatu peristiwa maupun orang yang berkarakteristik sama, sehingga membuat sorot ketertarikan peneliti karena dilihat seperti sumbernya penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi pada suatu penelitian memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian dan populasi dapat mencakup berbagai hal sesuai dengan topik penelitian. Jumlah UMKM di Kota Semarang sampai dengan Maret 2024 adalah sebanyak 30.135 unit dan jumlah UMKM olahan pangan di Kota Semarang yaitu 3207 unit, tetapi tidak ada data pasti tentang jumlah UMKM olahan pangan berbasis digital di Kota Semarang.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini yaitu manajer atau pemilik UMKM olahan pangan berbasis digital di Kota Semarang. Metode *non-probability sampling* dilakukan untuk menentukan sampel yang dilakukan apabila probabilitas dari setiap masalah penelitian tidak diketahui secara pasti, dengan pertimbangan praktis dalam memilih elemen sampel dan tidak menggunakan prosedur secara acak (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009). *Purposive sampling* dengan

kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian menentukan sampel penelitian (Ferdinand, 2014). Regresi berganda membutuhkan sampel minimal 50, namun sebaiknya jumlah sampelnya adalah 100 berdasarkan pendapat (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2014). Pada penelitian ini, jumlah sampel didasarkan perkiraan parameter dengan standar 5-10 kali jumlah indikator. Indikator penelitian ini ada 16 terdiri dari 4 indikator *social media use to work*, 6 indikator *total quality management*, 3 indikator *organizational culture*, dan 3 indikator *organizational performance* dengan menggunakan standar 5 kali untuk mengetahui jumlah kecukupan sampel, sehingga jumlah kecukupan sampel penelitian ini yaitu $16 \times 5 = 80$ sampel.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

TABEL 1
HASIL PENELITIAN

Uji	Variabel	Nota	Nilai	Keterangan
Uji validitas	<i>Social Media Use to Work</i>	Rhitung>Rtabel	-	Valid
	<i>Total Quality Management</i>			
	<i>Organizational Culture</i>			
	<i>Organizational Performance</i>			
Uji Reliabilitas	<i>Social Media Use to Work</i>	Alpha Cronbach	0,789	Reliabel
	<i>Total Quality Management</i>		0,876	
	<i>Organizational Culture</i>		0,873	
	<i>Organizational Performance</i>		0,755	

Uji	Variabel	Nota	Nilai	Keterangan
Analisis Deskriptif Responden	<i>Social Media Use to Work</i>	SMUW	87,0625	Tinggi
	<i>Total Quality Management</i>	TQM	87,133	
	<i>Organizational Culture</i>	OC	87,417	
	<i>Organizational Performance</i>	OP	88,233	
Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	<i>Social Media Use to Work</i>	Asymp. Sig.	0,109	Normal
	<i>Total Quality Management</i>			
	<i>Organizational Culture</i>			
	<i>Organizational Performance</i>			
Uji Multikolinearitas	<i>Social Media Use to Work</i>	Toleransi	0,223	Tidak ada gejala multikolinearitas
		VIF	4,482	
	<i>Total Quality Management</i>	Toleransi	0,182	
		VIF	5,508	
	<i>Organizational Culture</i>	Toleransi	0,389	
		VIF	2,570	
Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	<i>Social Media Use to Work</i>	SMUW	0,467	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
	<i>Total Quality Management</i>	TQM	0,733	
	<i>Organizational Culture</i>	OC	0,756	
Uji Linearitas		<i>Linearity</i>	0,000	Linear

Uji	Variabel	Nota	Nilai	Keterangan
	<i>Social Media Use to Work</i>	<i>Deviation from Linearity</i>	0,344	
	<i>Total Quality Management</i>	<i>Linearity</i>	0,000	
		<i>Deviation from Linearity</i>	0,686	
	<i>Organizational Culture</i>	<i>Linearity</i>	0,000	
		<i>Deviation from Linearity</i>	0,223	

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Uji Instrumen

Hasil uji validitas tabel 1 menyatakan seluruh pernyataan valid dan reliabel karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai Alpha Cronbach dari *social media use to work*, *total quality management*, *organizational culture*, dan *organizational performance* $> 0,70$.

Analisis Deskriptif Responden

Tabel 1 menunjukkan bahwa indeks jawaban responden terhadap variabel *social media use to work* sebesar 87,0625; *total quality management* sebesar 87,133; *organizational culture* sebesar 87,417; dan *organizational performance* sebesar 88,233. Ketiga variabel tersebut termasuk dalam kategori nilai indeks tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1 menyatakan hasil Kolomogorov-Smirnov yang diperoleh yaitu 0,536 sehingga data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas dari variabel independen juga memperoleh nilai toleransi $> 0,1$ dan VIF > 10 dan hasil uji heteroskedastisitas *glejser* memperoleh nilai $> 0,05$ yang artinya terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Selain itu, uji linearitas menunjukkan *linearity* $< 0,05$ yang artinya linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

TABEL 2

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	1,262	0,417		3,027	0,003
<i>Social Media Use to Work (SMUW)</i>	0,246	0,90	0,297	2,924	0,004
<i>Total Quality Management (TQM)</i>	0,399	0,106	0,423	3,751	0,000
<i>Organizational Culture (OC)</i>	0,205	0,71	0,222	2,887	0,005
Dependen variabel: <i>Organizational Performance</i>					

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 2 menunjukkan persamaan regresi yang diperoleh yaitu:

$$Y = 1,262 + 0,246SMUW + 0,399TQM + 0,205OC$$

1. Nilai konstanta 1,262 artinya apabila variabel *social media use to work*, *total quality management*, dan *organizational culture* nilai koefisiennya diasumsikan 0, maka nilai OP adalah 1,262.
2. Nilai koefisien regresi *Social Media Use to Work* bernilai positif 0,264. Artinya apabila terdapat kenaikan satu tingkatan SMUW, maka akan menaikkan variabel *Organizational Performance* sebesar 0,264.
3. Nilai koefisien regresi *Total Quality Management* bernilai positif 0,399. Artinya apabila terdapat kenaikan satu tingkatan TQM, maka akan menaikkan variabel *Organizational Performance* sebesar 0,399.
4. Nilai koefisien regresi *Organizational Culture* bernilai positif 0,205. Artinya apabila terdapat kenaikan satu tingkatan OC, maka akan menaikkan variabel *Organizational Performance* sebesar 0,205.

Uji Hipotesis

Uji F

TABEL 3
HASIL UJI F

Model	Df	F	Sig.
<i>Regression</i>	3	112,563	0,000
<i>Residual</i>	96		
Total	99		

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya secara bersamaan terdapat pengaruh yang signifikan antara *social media use to work*, *total quality management*, dan *organizational culture* terhadap *organizational performance*, **H1 diterima**.

Uji t

TABEL 4
HASIL UJI T

Variabel Independen	T hitung	T tabel	Sig.
<i>Social Media Use to Work</i> (SMUW)	2,924	0,198397	0,004
<i>Total Quality Management</i> (TQM)	3,751	0,198397	0,000
<i>Organizational Culture</i> (OC)	2,887	0,198397	0,005

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Hipotesis 2: *Social Media Use to Work* memperoleh nilai r hitung $>$ r tabel ($2,924 > 0,198397$) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa *Social Media Use to Work* berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Performance*, **H2 diterima**.

Hipotesis 3: *Total Quality Management* memperoleh nilai r hitung $>$ r tabel ($3,751 > 0,198397$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Performance*, **H3 diterima**.

Hipotesis 4: *Organizational Culture* memperoleh nilai r hitung $>$ r tabel ($2,887 > 0,198397$) dan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Organizational Culture* berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Performance*, **H4 diterima**.

Uji Koefisien Determinasi

TABEL 5
HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,882	0,779	0,772	0,25530

Sumber: Data primer yang dilah, 2024

Tabel 5 menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,772, sehingga dapat diartikan bahwa *social media use to work*, *total quality management*, dan *organizational culture* memberikan sumbangan pengaruh terhadap *organizational performance* sebesar 77,2%, sedangkan 22,8% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social media use to work*, *total quality management*, dan *organizational culture* terhadap *organizational performance* pada UMKM olahan pangan berbasis digital di Kota Semarang. Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh yaitu:

Social media use to work terbukti berpengaruh positif terhadap *organizational performance*. Hal ini menandakan bahwa semakin efektif penggunaan media sosial dalam bekerja, maka akan meningkatkan kinerja UMKM olahan pangan Kota Semarang.

Total quality management terbukti berpengaruh positif terhadap *organizational performance*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik TQM yang diterapkan, maka akan meningkatkan kinerja UMKM olahan pangan Kota Semarang.

Organizational culture terbukti berpengaruh positif terhadap *organizational performance*. Hal ini menandakan bahwa semakin baik budaya organisasi yang diterapkan, maka akan meningkatkan kinerja UMKM olahan pangan Kota Semarang.

F. SARAN

Saran berdasarkan hasil penelitian ini yaitu Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang diharapkan mampu memfasilitasi UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti mengadakan mentoring bisnis dan pelatihan digital agar media sosial dapat digunakan oleh UMKM untuk kegiatan yang dapat meningkatkan kinerja organisasi seperti memantau keadaan pasar, berinteraksi dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, dan mendorong komunikasi antar anggota organisasi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diteliti variabel lain yang mempengaruhi kinerja organisasi dengan jangka waktu yang lebih lama sehingga dapat menjangkau objek penelitian yang lebih luas dan merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aawag Mohsen, A., Wesam Salah, A., Liew, M. S., Baarimah, A. O., Muhammad Ali, M., & Al-Baraa Abdulrahman, A.-M. (2023). The Role of the Total-Quality-Management (TQM) Drivers in Overcoming the Challenges of Implementing TQM in Industrialized-Building-System (IBS) Projects in Malaysia: Experts' Perspectives. *Sustainability*, 15(8), 6607. doi:<https://doi.org/10.3390/su15086607>
- Abdulrahman Abdullah, A. (2020). The Impact of Human Resource Management Practices, Organizational Learning, Organizational Culture and Knowledge Management Capabilities on Organizational Performance in Saudi Organizations: A Conceptual

- Framework. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29(4), 714. doi:<https://doi.org/10.24205/03276716.2020.876>
- Abu-Jarad, I. Y., Yusof, N. A., & Nikbin, D. (2010). A review paper on organizational culture and organizational performance. *International journal of business and social science*, 1(3).
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99.
- BRI Research Institute. (2024). Publikasi Indeks Bisnis UMKM Q1 2024. Retrieved from <https://bri.co.id/indeks-bisnis-umkm>
- Eloranta, V., & Turunen, T. (2015). Seeking competitive advantage with service infusion: a systematic literature review. *Journal of Service Management*, 26(3), 394-425. doi:<https://doi.org/10.1108/JOSM-12-2013-0359>
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.
- Frank Nana Kweku, O. (2019). Human resource management (HRM) practices and organizational performance: The mediating role of employee competencies. [HRM practices and organizational performance]. *Employee Relations*, 41(5), 949-970. doi:<https://doi.org/10.1108/ER-02-2018-0053>
- Gamal Abdualmajed Ali, H. H. A. H. G. (2017). The effect of entrepreneurial orientation, market orientation, total quality management and organizational culture on the SMEs performance: A theoretical framework. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(1).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). Pearson new international edition. *Multivariate data analysis, Seventh Edition*. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- Hermawan, I., & Suharnomo, S. (2021). The Role of Trust-Based Active Participation as a Learning Mediation Concept for Leveraging the Impact of Information Technology on Creative Performance. [Uloga aktivnog sudjelovanja temeljenog na povjerenju kao medijatora učenja za upotrebu informacijske tehnologije za kreativne izvedbe]. *Trziste = Market*, 32(2), 221-235. doi:<https://doi.org/10.22598/mt/2020.32.2.221>
- Hermawan, I., Suharnomo, S., Sartono, S., & Hindrawati, G. (2019). Knowledge-based active interaction as a mediation of social media in establishing work performance: A learning perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(10), 351-371.
- Hilman, H., Ali, G. A., & Abdullahi Hassan, G. (2020). The relationship between TQM and SMEs' performance: The mediating role of organizational culture. [Relationship between TQM and SMEs' performance]. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(1), 61-84. doi:<https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2019-0059>
- Hong-Cheng, L. I. U., & Jie-Shin, L. I. N. (2019). Correlations among Knowledge Outsourcing and Organizational Culture, Organizational Performance in Public Sectors. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 67, 88-102.
- Jiang, C., Liu, Y., Ding, Y., Liang, K., & Duan, R. (2017). Capturing helpful reviews from social media for product quality improvement: a multi-class classification approach. *International Journal of Production Research*, 55(12), 3528-3541. doi:<https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1304664>
- Kim, T., & Chang, J. (2019). Organizational culture and performance: a macro-level longitudinal study. [Organizational culture and performance]. *Leadership &*

- Organization Development Journal*, 40(1), 65-84. doi:<https://doi.org/10.1108/LODJ-08-2018-0291>
- Lasrado, F., & Nyadzayo, M. (2020). Improving service quality: Examining the drivers and outcomes of TQM internalization in organizations. [Improving service quality]. *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 37(3), 393-410. doi:<https://doi.org/10.1108/IJQRM-08-2019-0253>
- Li-Fan, W., Ing-Chung, H., Wei-Chang, H., & Pey-Lan, D. (2019). Aligning organizational culture and operations strategy to improve innovation outcomes: An integrated perspective in organizational management. [Organizational culture and operations strategy]. *Journal of Organizational Change Management*, 32(2), 224-250. doi:<https://doi.org/10.1108/JOCM-03-2018-0073>
- Luqman Oyekunle, O., Olorunyomi, O. S., Richard Ajayi, J., & James Olabode Bamidele, R. (2021). Impact of social media usage on performance of construction businesses (CBs) in Abuja, Nigeria. *Journal of Financial Management of Property and Construction*, 26(2), 257-278. doi:<https://doi.org/10.1108/JFMPC-05-2020-0042>
- Nazarian, A., Atkinson, P., & Foroudi, P. (2017). Influence of national culture and balanced organizational culture on the hotel industry's performance. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 22-32.
- Newbert, S. L. (2008). Value, rareness, competitive advantage, and performance: a conceptual-level empirical investigation of the resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 29(7), 745.
- Nuryanto, U. W., Masyhudzulhak Djamil, M., Ahmad Hidayat, S., & Ahmad Badawi, S. (2020). The Impact of Social Capital and Organizational Culture on Improving Organizational Performance. *International Review of Management and Marketing*, 10(3), 93-100.
- Palacios-Marqués, D., Devece-Carañana, C., & Llopis-Albert, C. (2016). Examining the effects of online social networks and organizational learning capability on innovation performance in the hotel industry. *Psychology & Marketing*, 33(12), 1126-1133.
- Penpokai, S., Vuthisopon, S., & Saengnoee, A. (2023). The causal factors that affect the organizational performance of large-size companies in Thailand through HR analytics. *Nurture*, 17(3), 223-239. doi:<https://doi.org/10.55951/nurture.v17i3.312>
- Qadar Bakhsh, B., Maher, S., Iqbal, N., Syed Naseeb, S., Sheeraz, M., Raheem, F., & Kanwal Iqbal, K. (2022). Role of organizational environment in sustained organizational economic performance. *Business Process Management Journal*, 28(1), 131-149. doi:<https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2021-0084>
- Qasrawi, B. T., Almahamid, S. M., & Qasrawi, S. T. (2017). The impact of TQM practices and KM processes on organisational performance: An empirical investigation. *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(7), 1034-1055. doi:<https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2015-0160>
- Rashed Salem, A. (2021). The Role of Social Media in the Innovation and Performance of Kuwaiti Enterprises in the Food Sector. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 1960. doi:<https://doi.org/10.3390/jtaer16060110>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*: Pearson education.
- Sulistiyani, E., Karnowahadi, & Setyadi, D. (2021). *Knowledge sharing and business performance: The role of innovative behavior*. Paper presented at the International Conference on Management, Business, and Technology (ICOMBEST 2021).