



Pengaruh *Social Media Use Work, Knowledge Management, dan Organizational Culture Terhadap Organizational Performance Rangkul Semarang*

* Misbakhul Arrezqi

Politeknik Negeri Semarang,
Indonesia

Rustono

Politeknik Negeri Semarang,
Indonesia

Sinta Bela

Politeknik Negeri Semarang,
Indonesia

***Corresponding Author:**

Misbakhul Arrezqi, Politeknik Negeri
Semarang, Indonesia.

✉ arrezqi@polines.ac.id

Article Info:

Article history:

Received: April 29, 2026

Revised: June 13, 2026

Accepted: June 15, 2026

Keywords:

*Use Of Social Media in The
Workplace; Knowledge
Management; Organizational
Culture; Organizational
Performance*

Kata kunci:

Penggunaan Media Sosial di
Tempat Kerja; Manajemen
Pengetahuan; Budaya Organisasi;
Kinerja Organisasi.

Abstract

Background: Social media is becoming an increasingly important strategic tool in organizations. Organizations are now beginning to realize the need to leverage social media to continue growing sustainably, and are starting to build and maintain social media pages to maintain presence and build relationships with their communities. The optimal combination of social media utilization, management, and a strong corporate culture has a significant impact on the performance of a culinary business.

Objective: This study aims to investigate whether the use of social media affects work, knowledge management, and organizational culture among culinary entrepreneurs who are members of Semarang Culinary People (Rangkul) on organizational performance. Land Cruiser is a culinary industry association located in Semarang City.

Methods: The study targeted Rangkul members and culinary entrepreneurs, with up to 380 people involved. We distribute surveys that verify validity and reliability and collect data. The Sloven method was used to collect 79 samples. This study uses SPSS analysis tool version 25.

Results: The results of this study empirically show that social media use at work has a significant 0.025 impact on organizational performance. Next, knowledge management had a significant impact of 0.003, organizational culture had a significant impact on organizational performance, and 0.340 was significant.

Conclusion: While the use of social media operations and knowledge management has a significant and positive impact on organizational performance, organizational culture does not have a significant impact. At the same time, these three variables had a significant impact on organizational performance ($F=29.904$; $sig.=0.000$). This explained the 52.6% variance (adjusted $R^2=0.526$).

Abstrak

Latar Belakang: Media sosial terus berkembang sebagai alat strategis penting dalam organisasi. Organisasi mulai menyadari perlunya memanfaatkan media sosial untuk tumbuh secara berkelanjutan, dan mereka mulai mempertahankan kehadiran mereka dan membangun hubungan dengan publik. Perpaduan optimal antara pemanfaatan media sosial, manajemen bisnis, dan budaya bisnis yang kuat berdampak signifikan terhadap kinerja di industri kuliner.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas dampak penggunaan media sosial di tempat kerja, pengelolaan pengetahuan, dan budaya organisasi terhadap kinerja organisasi di kalangan pemilik usaha makanan yang tergabung dalam Rangkul Kuliner Semarang. Land Cruiser adalah asosiasi industri kuliner yang berlokasi di Kota Semarang.

Metode: Populasi penelitian terdiri dari 380 pemilik usaha makanan

yang tergabung dalam Rangkul. Kami mendistribusikan survei yang memverifikasi validitas dan keandalan serta mengumpulkan data. Metode throbin digunakan untuk mengumpulkan 79 sampel. Penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS versi 25.

Hasil: Hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di tempat kerja memiliki dampak signifikan sebesar 0,025 terhadap kinerja organisasi. Selanjutnya, manajemen pengetahuan mendapat skor 0,003, dan budaya organisasi berdampak signifikan pada kinerja organisasi, dengan hasil signifikan 0,340.

Kesimpulan: Sementara penggunaan media sosial dan manajemen pengetahuan di tempat kerja memiliki dampak positif dan signifikan pada kinerja organisasi, budaya organisasi tidak. Pada saat yang sama, tiga variabel berkontribusi 52,6% ($R^2=0,526$), memberikan dampak yang signifikan.

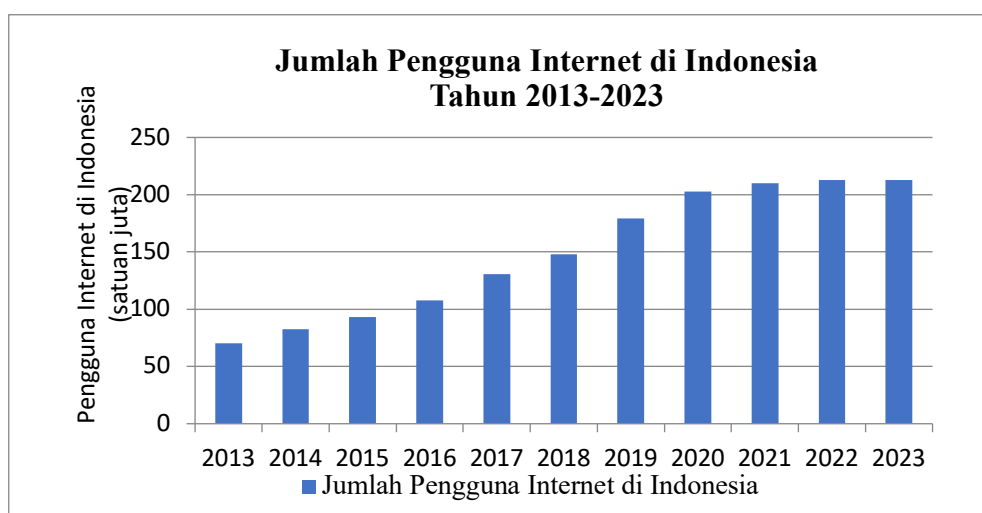
Mengutip artikel ini: Arrezqi, M., Rustono, & Bela, S. (2026). Dampak media sosial terhadap penggunaan pekerjaan, pengelolaan pengetahuan, dan budaya organisasi, termasuk masalah Semarang. *Journal of Business, Social and Technology*, 7(3), 1048–1062. <https://doi.org/10.59261/jbt.v7i3.649>

PENDAHULUAN

Media sosial terus berkembang menjadi alat strategis penting dalam organisasi (Mardikaningsih, 2023; Simamora, 2025). Organisasi sekarang mulai menyadari perlunya memanfaatkan media sosial untuk mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan, dan mulai membuat dan memelihara halaman media sosial untuk mempertahankan kehadiran mereka dan membangun hubungan dengan komunitas mereka (Parveen et al., 2015). Media sosial membuka peluang bagi organisasi untuk menjangkau lebih banyak audiens di berbagai wilayah, memungkinkan mereka untuk membangun dan memperkuat citra mereka (Alhaimer, 2021).

Bagi organisasi, media sosial menawarkan berbagai manfaat selain sekadar menjadi tempat untuk menampilkan iklan dan promosi, termasuk blog, jejaring sosial, kolaborasi proyek, dan dunia maya, yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Dantas et al., 2022). Platform ini adalah alat komunikasi yang kuat yang memfasilitasi anggota organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, berkolaborasi untuk tumbuh bersama, dan mencapai tujuan organisasi (Ahmed et al., 2019). Media sosial ini dapat menjadi sumber informasi yang efektif dan landasan untuk menerapkan manajemen pengetahuan (Yulianti et al., 2023).

Manajemen Pengetahuan (KM) mengacu pada proses pengembangan, pencarian, penyimpanan, dan penyebaran informasi dan keahlian untuk mendukung dan meningkatkan kinerja organisasi (Hendrawan, 2019). Penerapan KM dan pemanfaatan media sosial dalam organisasi diyakini memiliki banyak efek positif terhadap budaya organisasi (Ajisasmito & Saryatmo, 2024; Masduki, 2020). Komunikasi yang efisien dan akses mudah ke ide-ide inovatif adalah bukti bahwa media sosial memperkuat budaya organisasi (Alhaimer, 2021).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: We Are Social, 2023

Indonesia adalah negara di mana infrastruktur teknologinya berkembang relatif pesat. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 74,3% pada tahun 2023, menunjukkan peningkatan. Hal ini terbukti dari peningkatan pelanggan internet yang mencapai 210 juta. Menurut berbagai data yang dirilis oleh We Are Social pada tahun 2023, 212,9 juta pengguna di Indonesia menggunakan media sosial, mewakili hingga 77% masyarakat Indonesia yang menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook, X (Twitter), TikTok, dan berbagai platform e-commerce yang membuat hidup lebih mudah. Artinya ada hal-hal seperti itu. Laporan "We Are Social" tahun 2023 juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan internet masyarakat Indonesia mencapai 7 jam 42 menit per hari.

Selain intensitas penggunaan internet di Indonesia, juga berdampak pada penjualan melalui internet, dan diperkirakan akan terus berkembang (Lela et al., 2023). Kesadaran di kalangan pemilik bisnis—termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)—juga meningkat, dan mereka mulai menggunakan internet untuk meningkatkan penjualan dan interaksi bisnis (Bawana, 2025; Nuraisyah et al., 2023). Hal ini semakin diperkuat dengan jumlah transaksi penjualan online mencapai 2,7 juta per hari (Hermawan, 2019). Maraknya penjualan online, pengusaha semakin perlu untuk terus berinovasi produk untuk memenuhi harapan pelanggan dan bersaing dengan pesaing lainnya.

Menurut data tahun 2024 dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Semarang, terdapat 18.422 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Kota Semarang, meningkat 6% dibandingkan tahun sebelumnya. Perkembangan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain peningkatan wisatawan, pertumbuhan kelas menengah, dan tentunya kemudahan akses internet. Perkembangan UMKM tahun ini juga berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja yang telah menerima lebih dari 2 juta tenaga kerja di Jawa Tengah.

Menurut Central Java Tribune, 72% dari total 36 juta orang di Jawa Tengah menggunakan internet, tetapi hanya 5,87% yang menggunakannya untuk keperluan bisnis. Hal ini membuktikan bahwa masih sedikit masyarakat di Jawa Tengah yang menerapkan teknologi digital pada bisnis. Menurut data dari TechNode Global, hanya 33% UMKM Indonesia yang aktif menggunakan internet untuk menjalankan usahanya pada tahun 2023. Menurut Bank Indonesia, hanya 21% UMKM yang memiliki website. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, biaya teknis yang tinggi, dan rendahnya kepercayaan di kalangan pemilik UMKM dalam transaksi digital. Oleh karena itu, kesenjangan dalam penelitian ini adalah fenomena penggunaan media sosial, yang meskipun ada pendapat, tidak melibatkan bisnis, terutama di kalangan UMKM yang terkait dengan memasak.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara variabel kunci dalam penelitian ini. Parveen (2015) menemukan bahwa penggunaan media sosial secara aktif berdampak positif pada kinerja organisasi melalui peningkatan kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan, tetapi penelitian ini terbatas pada konteks perusahaan besar Malaysia. Shahzad (2020) menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan berdampak positif pada kinerja perusahaan yang berkelanjutan melalui inovasi hijau, tetapi mereka belum menyelidiki konteks UMKM kuliner di negara berkembang.

Desi (2022) menunjukkan bahwa meskipun budaya organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi di lembaga pendidikan, efeknya tidak dapat digeneralisasi ke usaha mikro informal seperti anggota Rangul. Kesenjangan dalam penelitian ini terletak pada kurangnya studi empiris yang secara bersamaan menganalisis ketiga variabel tersebut mengenai usaha mikro dan menengah kuliner berbasis masyarakat Indonesia, dengan mempertimbangkan keadaan infrastruktur digital dan karakteristik bisnis yang unik.

Penelitian ini menyoroti pentingnya penerapan teknologi digital dalam pengembangan UMKM kuliner. Teori kapasitas dinamis Sebagai landasan teoretis. Kemampuan dinamis adalah kerangka kerja yang dikembangkan di bidang strategi manajemen, yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana organisasi dapat membuat, memperbarui, dan meningkatkan kemampuan yang fleksibel dan adaptif untuk merespons dinamika lingkungan yang kompleks (Winter, 2003).

Keunggulan kompetitif di pasar yang terus berubah terutama dibangun di atas dua faktor utama. dinamis Kemudian, Kapasitas dinamis" Ini mengacu pada kemampuan suatu organisasi

untuk memperbarui kemampuannya dalam organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan ruang lingkup bisnisnya (Augier & Teese, 2007). Sementara itu, *Kapasitas* ini mengacu pada proses adaptasi, integrasi, dan konfigurasi sumber daya dan keterampilan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan persaingan. Teknologi digital menjadi faktor terpenting bagi pemilik bisnis untuk terus meningkatkan layanannya. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Anda dapat memahami preferensi dan harapan pangsa pasar, serta mengontrol kualitas produk melalui komentar dan saran di media sosial (Wono et al., 2023).

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan media sosial mewakili kemampuan organisasi dalam menangkap dan memperluas informasi pasar (*sensing*), manajemen pengetahuan mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan memanfaatkan pengetahuan yang ada (*integrasi*), dan budaya organisasi membentuk fondasi nilai dan norma yang memungkinkan UMKM untuk beradaptasi (*reconfigure*) secara berkelanjutan terhadap perubahan lingkungan digital. Ketiga kemampuan dinamis ini berkontribusi pada kinerja organisasi.

Penelitian ini menganalisis dampak penggunaan media sosial di tempat kerja, praktik pengelolaan pengetahuan, dan budaya organisasi terhadap kinerja organisasi di kalangan UMKM yang tergabung dalam Inisiatif Kuliner Semarang menggunakan Teori Kapabilitas Dinamis, dengan fokus pada UMKM berbasis digital. Ini berkontribusi sebagai acuan untuk meningkatkan produktivitas bisnis. Rendahnya tingkat penggunaan teknologi digital merupakan latar belakang yang signifikan. Menurut Tribun Jawa Tengah (2023), hingga 72% dari 36 juta masyarakat di Jawa Tengah menggunakan internet, tetapi hanya 5,87% yang menggunakannya untuk keperluan bisnis. Menurut data technode.global, hanya 33% UMKM Indonesia yang aktif menggunakan internet, sementara Bank Indonesia menunjukkan bahwa hanya 21% UMKM yang memiliki website. Situasi ini dipengaruhi oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital, biaya teknis yang tinggi, dan kepercayaan yang rendah terhadap transaksi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebagian atau simultan dampak ketiga variabel tersebut terhadap kinerja organisasi di antara UMKM sasaran, memberikan manfaat praktis bagi pemangku kepentingan bisnis untuk meningkatkan kinerja dan pendapatan melalui optimalisasi media sosial, manajemen pengetahuan, dan budaya organisasi, serta menjadi acuan penelitian di masa depan tentang topik terkait. Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek. (1) Verifikasi Simultan Tiga Variabel dalam UMKM Kuliner Informal Berbasis Masyarakat Indonesia — Ini adalah konteks yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. (2) Menggunakan teori kapabilitas dinamis sebagai teori terintegrasi untuk menghubungkan kapabilitas digital dengan kinerja organisasi UMKM; (3) Budaya organisasi tidak penting; Tidak seperti penelitian kelembagaan formal, ia memberikan kontribusi teoretis untuk mengkondisikan pengaruh budaya organisasi.

METODE

Metodologi penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan paradigma positivisme dan penalaran deduktif, mengkaji hubungan kausal antara penggunaan pekerjaan media sosial, manajemen pengetahuan, dan budaya organisasi terhadap kinerja organisasi. Penelitian ini melibatkan 380 pemilik usaha mikro dan kecil yang tergabung dalam Komunitas Kuliner Semarang (EMBRAC), dan 79 responden dipilih menggunakan metode slovin (dengan margin of error 10%) dan menggunakan teknik probability sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur berbasis Google Form menggunakan skala Likert, yang secara operasional mengukur metrik setiap variabel. Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan keandalan (Kronback alpha > 0,60) untuk memastikan konsistensi dan akurasi pengukuran.

Untuk memastikan kelayakan model regresi, dilakukan analisis data sistematis menggunakan software SPSS menggunakan tahapan pengujian hipotesis klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroscedacity). Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa efek parsial dan simultan antar variabel, dan kekuatan model yang menjelaskan fluktuasi kinerja organisasi dievaluasi menggunakan uji-t, uji-F, dan koefisien keputusan (R^2). Pendekatan ini memastikan bahwa hasil penelitian memiliki validitas empiris yang kuat, relevan secara teoritis, dan memenuhi standar metodologis untuk publikasi di jurnal akademik yang

diakui secara internasional (Scopus).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peralatan Pengujian dan Penelitian

Tes validitas

Uji validitas adalah alat yang mengukur validitas dan validitas survei dengan membandingkan nilai R yang dihitung dengan nilai R dalam tabel. Pernyataan indikator variabel dinyatakan valid hanya jika Hasil Perhitungan > Tabel. Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah $n = 79$, $df(n-2) = 77$, $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa semua pernyataan tentang indikator variabel dinyatakan valid. Untuk detail tentang hasil uji validitas, silakan lihat Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Tes Validitas

variabel	Indikator	Hitungan R	Tabel R	Pernyataan
Memanfaatkan Media Sosial (UKM) di Tempat Kerja	SMEW1	0,820	0,220	berlaku
	Nord 2	0,746	0,220	berlaku
	SMUW3	0,772	0,220	berlaku
	SWALLOW4	0,772	0,220	berlaku
Manajemen Pengetahuan (KM)	KM1	0,862	0,220	berlaku
	KM2	0,825	0,220	berlaku
	KM3	0,742	0,220	berlaku
	KM4	0,750	0,220	berlaku
Budaya Organisasi (AAC)	OC1	0,845	0,220	berlaku
	OC2	0,899	0,220	berlaku
	OC3	0,861	0,220	berlaku
Kinerja Organisasi (OP)	OP1	0,890	0,220	berlaku
	OP2	0,821	0,220	berlaku
	OP3	0,876	0,220	berlaku

Sumber: Hasil Pemrosesan Data untuk 2024

Berdasarkan Tabel 1, nilai r-count untuk semua indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan dalam rtable, > nilai r adalah 0,220. Oleh karena itu, semua indikator seperti penggunaan media sosial di tempat kerja, manajemen pengetahuan, budaya organisasi, dan kinerja organisasi adalah valid. Semua indikator penelitian ini digunakan dan tidak ada yang dibuang, sehingga kriteria validitas indikator variabel terpenuhi, memungkinkan proses analisis berlanjut.

Pengujian Keandalan

Pengujian Keandalan Ini digunakan untuk mengukur instruksi variabel dan konsistensi sintaks. Survei dianggap dapat dipercaya atau dapat dipercaya ketika responden memberikan tanggapan yang stabil dari waktu ke waktu. Jika suatu variabel memiliki nilai alfa-Kronbach melebihi 0,60, variabel tersebut dianggap dapat diandalkan. Untuk hasil uji keandalan terperinci, silakan lihat Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Keandalan

Variabel	Jumlah Kronback Alpha	Standar Alfa Kronback	Pernyataan
Memanfaatkan Media Sosial (UKM) di Tempat Kerja	0,772	0,60	dapat dipercaya
Manajemen Pengetahuan (KM)	0,803	0,60	dapat dipercaya
Budaya Organisasi (AAC)	0,835	0,60	dapat dipercaya
Kinerja Organisasi (OP)	0,828	0,60	dapat dipercaya

Sumber: Hasil Pemrosesan Data untuk 2024

Berdasarkan Tabel 2, nilai α Kronbach untuk setiap variabel yang digunakan oleh media sosial di tempat kerja—manajemen pengetahuan, budaya organisasi, dan kinerja organisasi—melebihi 0,60. Hal ini untuk memastikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan dapat diandalkan.

Tes hipotetis klasik

Sebelum maju dengan pengujian regresi berganda, *perlu dilakukan pengujian hipotesis klasik untuk memenuhi kriteria estimator linier tidak bias (BIRU)* terbaik atau model regresi linier berganda yang baik dan tidak bias. Kriteria BIRU dapat dicapai jika tiga asumsi klasik berikut terpenuhi.

Tes Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah model regresi yang digunakan memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, *tiga metode pengujian normalitas digunakan: tes Kolmogorov-Smirnov, uji P-plot, dan analisis histogram grafik.*

Kolmogorov Smirnov

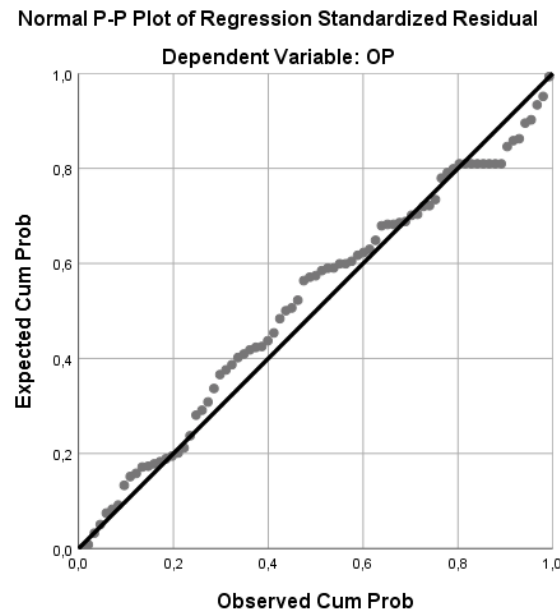
Dalam metode pengujian ini, *nilai Asymp.Sig.* diperiksa untuk data distribusi normal. Jika nilai signifikansi adalah $>0,05$, data dinyatakan normal. Untuk kejelasan, silakan lihat Tabel 3.

Table 3. Hasil Tes Normalitas (Kolmogorov Smirnov)		
Sampel Tes Kolmogorov-Smirnov 1		
		residu non-standar
N		79
Parameter normal, b	Media	,0000000
	Penyimpangan dari Negara	1,51097766
Perbedaan paling ekstrim	Tentu saja.	,097
	afirmatif	,084
	Negatif	-,097
Statistik Tes		,097
Ashinpa. Sigu (2 ikan)		0,065c

Sumber: Data pemrosesan 2024

Berdasarkan Tabel 3, ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 79, yang memenuhi asumsi normalitas berdasarkan nilai Asymp.Sig. (2 ikan) lebih besar dari 0,05, yaitu 0,065, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini adalah distribusi normal.

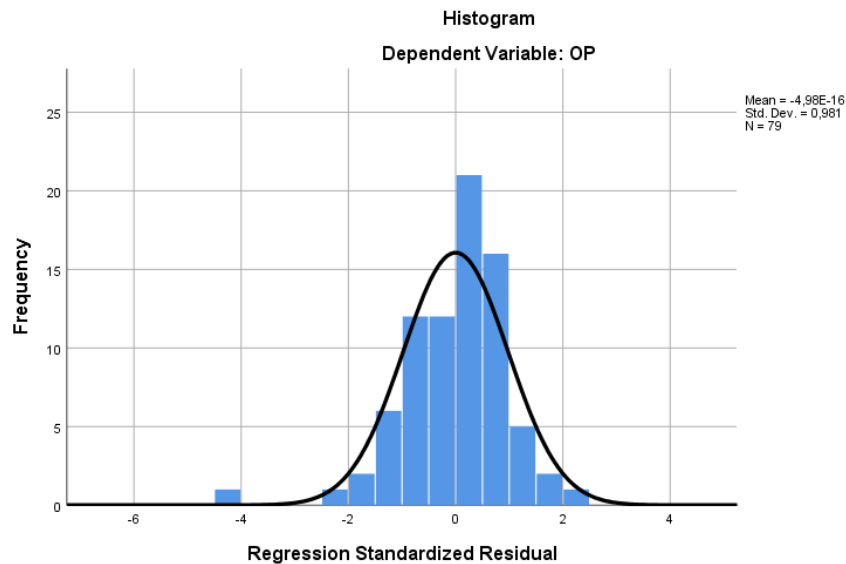
Dalam metode P-plot ini, cara untuk memeriksa apakah data normal adalah dengan melihat distribusi titik. Jika titik-titik yang digambar digambar di sepanjang garis diagonal, data dinyatakan sebagai distribusi normal. Detailnya ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas (Plot P)
Sumber: Data pemrosesan 2024

Dari Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa distribusi titik mengikuti arah diagonal, sehingga datanya senormal mungkin.

Distribusi data dalam penelitian dinyatakan normal ketika grafik histogram melengkung seperti lonceng. Untuk detailnya, silakan lihat Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Tes Normalitas (Histogram)
Sumber: Data pemrosesan 2024

Dari Gambar 3, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Ini karena posisi data pada grafik digambarkan secara simetris.

Uji multikolinearitas

Model regresi yang baik ditetapkan ketika tidak ada kepatuhan terhadap variabel atau multikolinearitas. Untuk menemukan model regresi tanpa kolinearitas ganda, yaitu apakah nilai yang dapat diterima melebihi 0,1 atau dapat diamati dari koefisien inflasi varians (VIF) < 10. Detailnya tercantum dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Koefisien non-standar		Koefisien non-standar	t	Sig.	Statistik Kolinearitas	
	B	Kesalahan standar	Versi beta			Dayaa tahan	Jelas
1 (pasti)	,512	1,541		,333	,740		
SMUW	,235	,102	,270	2,295	,025	,437	2,287
KM	,331	,106	,413	3,128	,003	,347	2,878
AAC	,142	,148	,124	,961	,340	,364	2,744

Sumber: Data pemrosesan 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial di tempat kerja (SMUW), manajemen pengetahuan (KM), dan budaya organisasi (OC) adalah nilai toleransi $>0,10$ dan VIF <10 .

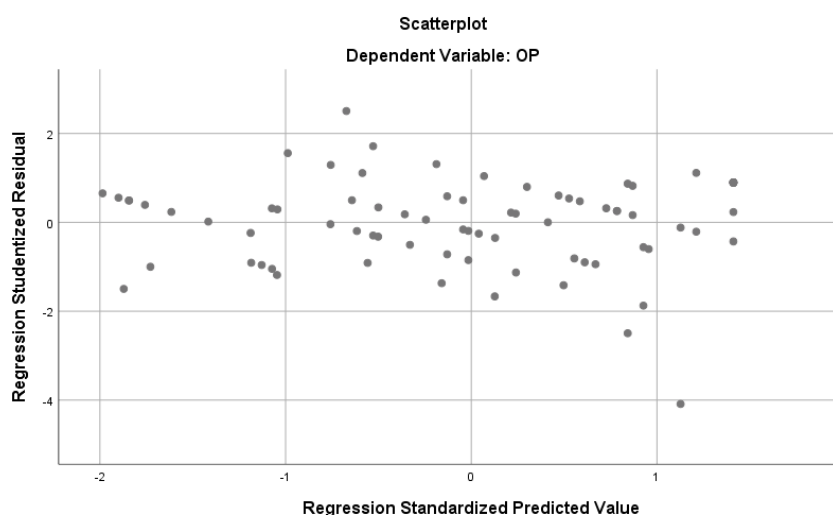
Rentang yang diizinkan untuk variabel SMUW adalah $0,437 > 0,10$. Nilai yang diizinkan untuk KM adalah $0,347 > 0,10$, dan untuk OC adalah $0,364 > 0,10$. Dilihat dari nilai variabel VIF, SMUW adalah $2,287 < 10$. Nilai variabel KM adalah $2,878 < 10$. Selanjutnya, pilih variabel OC dengan nilai VIF $2,744 < 10$. Berdasarkan data yang dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas yang diamati dalam penelitian ini.

Uji Heteronormalitas

Uji heteroskedasitas adalah alat yang digunakan untuk memeriksa apakah ada kontradiksi dalam model regresi penelitian. Dalam penelitian ini, pengujian heterogenitas dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan: metode grafik hamburan dan metode Glazer.

Uji Heterogenitas Menggunakan Metode Grafik

Model regresi menyatakan bahwa jika hasil analisis secara acak menunjukkan titik sebar di atas atau di bawah 0 pada sumbu y grafik sebar, tidak ada gejala lawan jenis. Onzeg dapat dilihat lebih detail pada Gambar 5.

**Gambar 5.** Hasil Tes Iseksualitas (Scatter Plot)

Sumber: Data yang diproses pada tahun 2024

Dari grafik scatter di atas, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini bebas dari gejala heterogenitas karena titik-titik tersebut tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu.

Metode Penggembalaan Pengujian Lawan Jenis

Tabel 5. Hasil Tes Heterokedastiosis (Metode Glazer)

koefisien		koefisien non-standar		koefisien standar	T	Sig.
Model		B	Kesalahan standar	Versi beta		
1	(Pasti)	,013	,977		,013	,989
	SMUW	-,039	,065	-,102	-,595	,554
	KM	-,005	,067	-,013	-,070	,944
	AAC	,126	,094	,252	1,342	,184

Sumber: Data pemrosesan 2024

Berdasarkan Gambar 5, signifikansi penggunaan media sosial di tempat kerja (SMUW) adalah 0,55, diikuti oleh manajemen pengetahuan (KM) sebesar 0,94, dan budaya organisasi (OC) sebesar 0,18. Ketiga variabel independen memiliki nilai yang melebihi batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini menghindari gejala heteroseksual.

Analisis Regresi Bilinear

Analisis regresi multilinier adalah alat yang memprediksi bagaimana penggunaan kerja media sosial, manajemen pengetahuan, dan budaya organisasi memengaruhi kinerja organisasi. Hasil analisis linier ganda ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Regresi Bilinear

koefisien		koefisien non-standar		koefisien standar	T	Sig.
Model		B	Kesalahan standar	Versi beta		
1	(Pasti)	,512	1,541		,333	,740
	SMUW	,235	,102	,270	2,295	,025
	KM	,331	,106	,413	3,128	,003
	AAC	,142	,148	,124	,961	,340

Sumber: Data pemrosesan 2024

Berdasarkan Tabel 6, persamaan regresi diperoleh sebagai berikut.

$$Y = 0,512 + 0,235X_1 + 0,331X_2 + 0,142X_3$$

Penjelasan:

Y: Kinerja Organisasi (OP)

X1: Menggunakan Media Sosial di Tempat Kerja (SMUW)

X2: Manajemen Pengetahuan (KM)

X3: Budaya Organisasi (AAC)

Berdasarkan hasil persamaan regresi, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Memanfaatkan Media Sosial (UKM) di Tempat Kerja

Koefisien regresi untuk variabel Penggunaan Media Sosial (SMUW) adalah 0,235. Dengan kata lain, ketika variabel SMUW meningkat 1 unit, variabel OP juga meningkat sebesar 0,235 unit. Jika koefisiennya positif, itu berarti ada hubungan satu arah antara SMUW dan OP. Seiring bertambahnya jumlah variabel SMUW, variabel OP juga meningkat, dan sebaliknya, ketika nilai variabel SMUW menurun, variabel OP cenderung menurun juga.

2) Manajemen Pengetahuan (KM)

Koefisien regresi variabel KM adalah 0,331. Dengan kata lain, jika variabel KM meningkat 1 unit, variabel OP juga meningkat 0,331 unit. Jika koefisiennya positif, itu berarti ada hubungan satu arah antara KM dan OP. Saat variabel KM meningkat, variabel OP juga meningkat, dan sebaliknya, ketika nilai variabel KM menurun, variabel OP cenderung menurun juga.

3) Budaya Organisasi (AAC)

Koefisien regresi variabel OC adalah 0,142. Dengan kata lain, ketika variabel OC meningkat 1 unit, variabel OP juga meningkat 0,142 unit. Jika koefisiennya positif, itu berarti ada hubungan satu arah antara OC dan OP. Saat variabel OC meningkat, variabel OP juga meningkat; sebaliknya, jika nilai variabel OC menurun, variabel OP cenderung menurun juga.

Tes signifikansi

Pengujian signifikansi dalam analisis regresi berganda berguna untuk menganalisis apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Uji-T

Uji-t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen dari individu atau sekuler parsial. Ini untuk memeriksa apakah variabel mempengaruhi variabel dependen, yaitu ketika hasil t dihitung > tabel t adalah 1,992 dan signifikansinya kurang dari 0,05. Detailnya tercantum dalam Tabel 7.

Tabel 7. Hasil tes signifikansi t

Model		koefisien non-standar		t	Sig.
		B	Kesalahan standar		
1	(Pasti)	,512	1,541	,333	,740
	SMUW	,235	,102	,270	,295
	KM	,331	,106	,413	,3128
	AAC	,142	,148	,124	,961

Sumber: Data pemrosesan 2024

Berdasarkan Tabel 7, kesimpulan berikut ditarik.

1. Dampak (OP) penggunaan media sosial di tempat kerja (SMUW) terhadap kinerja organisasi.
H01: SMUW tidak memiliki dampak yang signifikan pada poster tersebut.
HA1: SMUW memiliki dampak yang signifikan pada kontributor.

Dari hasil tersebut, perhitungan t dihitung sebagai $2,295 > 1,992$, dengan nilai signifikansi $0,025 < 0,05$. Oleh karena itu, H01 ditolak dan Ha1 diterima, menunjukkan bahwa variabel penggunaan kerja media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi.

2. Dampak manajemen pengetahuan (KM) terhadap kinerja organisasi (OP).
H02: KM tidak berdampak besar pada poster tersebut.
HA2: KM memiliki dampak yang signifikan pada OP.

Dari perhitungan t, nilainya adalah $3,128 > 1,992$, yang merupakan $< \text{signifikan } 0,05$. Oleh karena itu, H02 ditolak dan Ha2 diterima, sehingga variabel manajemen pengetahuan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi.

3. Dampak budaya organisasi (OC) terhadap kinerja organisasi (OP).
H03: OC tidak memiliki dampak yang signifikan pada poster.
HA3: OC memiliki dampak yang signifikan pada poster.

Dari hasil perhitungan t, perhitungannya adalah $0,961 < 1,992$, dengan nilai signifikansi $0,340 > 0,05$. Oleh karena itu, karena H03 diterima dan Ha3 ditolak, variabel budaya organisasi

memiliki sedikit dampak pada kinerja organisasi.

Uji F

Uji-F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi dan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen bersama-sama atau secara bersamaan. Untuk memeriksa apakah variabel mempengaruhi variabel dependen, yaitu, pertimbangkan kasus di mana hasil t dihitung $>$ tabel t 2,726 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 8. Hasil tes signifikansi f

ANOVA					
Model	Jumlah kotak	DF	rata-rata persegi	F	Sig.
1. Kembali	213,010	3	71,003	29,904	000b
residu	178,078	75	2,374		
kuantitas	391,089	78			

Sumber: Tanggal pemrosesan 2024

Berdasarkan Tabel 8, nilai yang dihitung adalah $F 29.904 > 2.726$, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (penggunaan media sosial di tempat kerja, manajemen pengetahuan, budaya organisasi) memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel kinerja organisasi. Dengan kata lain, model regresi dalam penelitian ini telah terbukti menjadi model yang tepat.

Hasil koefisien penentuan

Koefisien penentuan (R^2) menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien penentuan digunakan untuk menentukan kontribusi variabel Memanfaatkan media sosial di tempat kerja, manajemen pengetahuan, Kemudian, Budaya Organisasi Pertempuran Kinerja Organisasi yang Berfluktuasi Dalam model regresi. Saya ingin mengetahui koefisien determinasi dalam penelitian ini dengan melihat hasilnya. Kustom R Square. Detailnya tercantum dalam Tabel 9.

Tabel 9. Hasil koefisien penentuan

Ikhtisar Model					
Model	R	R Square	Kustom R Square	R	kesalahan estimasi standar
1	,738a	,545	,526		1,541

Sumber: Data pemrosesan 2024

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai model regresi (R^2) untuk penelitian ini adalah 0,526. Dengan kata lain, variabel yang digunakan oleh media sosial untuk pekerjaan, manajemen pengetahuan, dan budaya organisasi memungkinkan model ini, menjelaskan fenomena yang terkait dengan kinerja organisasi dengan kontribusi 52,6%, sedangkan 47,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian yang berjudul "Studi Kasus *Pemanfaatan Media Sosial, Manajemen Pengetahuan, dan Kinerja Organisasi* dalam Budaya Tempat Kerja: Studi Kasus Masyarakat dalam Masakan Semarang (Embrac)" ini berhasil menunjukkan dan menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

Hipotesis 1

Hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan anggota karya media sosial (X_1) berdampak signifikan terhadap kinerja organisasi (Y) dalam komunitas kuliner Semarang (Land Cruiser).

Penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut: *Menggunakan Media Sosial di Tempat Kerja* (X1) berdampak signifikan pada *Kinerja Organisasi Dalam* (Y), berdasarkan analisis, "memasak (menerima)" tidak valid tetapi benar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya (Alhaimer, 2021). Peran Media Sosial dalam Inovasi dan Kinerja di Sektor Makanan Perusahaan Kuwait: Variabel ini: Penggunaan Media Sosial di Tempat Kerja memiliki efek positif pada Kinerja organisasi.

Berdasarkan hasil survei yang didistribusikan dalam penelitian ini, para eksekutif di industri kuliner memiliki wawasan tentang penggunaan media sosial untuk meningkatkan kinerja bisnis, seperti pemantauan tren, prospek pemasok, pemasaran online, dan membangun hubungan. Oleh karena itu, pemilik usaha kuliner harus selalu mengoptimalkan fungsi media sosial dalam operasional bisnisnya. Misalnya, menghidupkan kembali halaman media sosial bisnis Anda untuk meningkatkan kesadaran publik, meningkatkan interaksi melalui media sosial, mengumpulkan umpan balik pelanggan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Hipotesis 2

Hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa manajemen pengetahuan (X2) memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi (Y) di lingkungan komunitas kuliner Semarang (Embra).

Penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut: *Manajemen Pengetahuan* (X2) memiliki dampak yang signifikan *Kinerja Organisasi Dalam* (Y), berdasarkan analisis, "memasak (menerima)" tidak valid tetapi benar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya. (Shahzad et al., 2020). Mengeksplorasi Dampak Manajemen Pengetahuan: Kinerja Bisnis Berkelanjutan Melalui Inovasi Hijau ini berarti bahwa variabel Manajemen Pengetahuan memiliki efek positif pada Kinerja organisasi.

Berdasarkan hasil survei yang didistribusikan dalam penelitian ini, para eksekutif di industri kuliner berbagi pandangan mereka tentang penemuan pengetahuan, penangkapan pengetahuan, berbagi pengetahuan, dan pengumpulan pengetahuan, serta pemanfaatan manajemen pengetahuan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, pemilik usaha kuliner harus selalu memperdalam pengetahuannya tentang industri kuliner. Misalnya, selalu mengikuti tren kuliner terkini, mencari umpan balik pelanggan untuk evaluasi bisnis, dan memperoleh keterampilan memasak melalui media digital seperti YouTube dan TikTok.

Hipotesis 3

Hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa anggota budaya organisasi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja organisasi (Y) di lingkungan komunitas kuliner Semarang (Land Cruiser).

Penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut: Budaya Organisasi (X3) tidak memiliki efek signifikan pada *Kinerja Organisasi Dalam* (Y), berdasarkan analisis, "memasak (menerima)" tidak valid tetapi benar. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya berikut. (Korma et al., 2022). Dampak Budaya Organisasi terhadap Kinerja Organisasi: Studi tentang Karyawan di Lembaga Pendidikan ini berarti bahwa variabel Budaya Organisasi berdampak signifikan pada Kinerja Organisasi. Di sisi lain, hasil analisis penelitian ini menunjukkan sebaliknya. Itu adalah Budaya Organisasi memiliki sedikit efek pada Kinerja organisasi.

Berdasarkan hasil survei yang disebar dalam survei ini, pemilik usaha makanan memiliki pandangan tentang budaya dan kebiasaan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja bisnis, seperti pembentukan pangsa pasar, target penjualan, dan tingkat kinerja.

Namun, hasil Hipotesis 3 tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dikarenakan budaya perusahaan dinilai tidak terlalu kuat. Dan hari ini, itu adalah Sillingran tua yang kuat. UMKM Land Cruiser masih merupakan mayoritas pemilik bisnis selama satu hingga lima tahun. Alasan lain mengapa Hipotesis 3 tidak kuat adalah karena beberapa pemilik bisnis dan anggota Embrace bekerja di tempat lain, dan industri kuliner adalah bisnis paruh waktu daripada fokus utama.

Menurut data deskriptif dari responden, mayoritas (sekitar 68%) pemilik usaha makanan anggota Rangkul telah berkecimpung dalam bisnis selama 1-3 tahun, 22% selama 3-5 tahun, dan

hanya 10% yang telah berkecimpung dalam bisnis selama lebih dari 5 tahun. Lebih lanjut, sekitar 45% responden mengaku bahwa bisnis kuliner adalah pekerjaan sampingan dan bukan sumber pendapatan utama mereka. Kondisi ini terkait dengan temuan bahwa budaya organisasi tidak cukup kuat untuk berdampak besar pada kinerja. Hal ini dikarenakan internalisasi nilai, norma, dan kebiasaan kerja membutuhkan waktu dan komitmen penuh dari pemangku kepentingan bisnis. Temuan ini secara teoritis berkontribusi pada pandangan bahwa dampak budaya organisasi terhadap kinerja bersyarat dan tergantung pada kematangan organisasi.

Untuk memperkuat budaya bisnis, pemilik layanan makanan perlu mengembangkan kebiasaan untuk berkembang, seperti menambahkan variasi produk baru, berinovasi untuk meningkatkan daya tarik produk lama, mengukur tujuan pencapaian, dan menjaga konsistensi kualitas produk. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mencapai kinerja yang kuat dan terus berkembang.

Hipotesis 4

Hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian ini mengusulkan bahwa pekerjaan media sosial (X1), manajemen pengetahuan (X2), dan manajemen organisasi (X3) terkait dengan kinerja organisasi (Y) dalam komunitas kuliner Semarang (Land Cruiser) Disebutkan akan berdampak signifikan.

Penelitian ini mengkaji perbedaan antara media sosial Use to Work (X1), manajemen pengetahuan (X2), dan manajemen organisasi (X3) tentang kinerja organisasi (Y) dalam komunitas kuliner Semarang. Disimpulkan bahwa itu akan berdampak signifikan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kesimpulan ini akurat dan masuk akal. Hasil penelitian ini merupakan proposal baru atau baru oleh penulis.

Berdasarkan hasil survei yang disebarkan dalam penelitian ini, pemilik usaha kuliner memiliki pandangan tentang budaya dan kebiasaan yang meningkatkan kinerja bisnis, sehingga perlu dikombinasikan pemanfaatan media sosial, pengelolaan pengetahuan, dan optimasi budaya untuk mendorong penjualan dan kinerja bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dijelaskan pada bab sebelumnya, penelitian ini menarik beberapa kesimpulan bahwa penggunaan media sosial dalam pekerjaan pemilik usaha makanan yang tergabung dalam Embrace berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Manajemen pengetahuan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi pemilik restoran yang tergabung dalam Embla.

Budaya organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemilik usaha kuliner yang tergabung dalam Embrac. Berdasarkan pengawasan karir organisasi, budaya organisasi mengacu pada kinerja suatu organisasi, mengacu pada kinerja organisasi sehari-hari. Dan hari ini, itu adalah Sillingran tua yang kuat. UMKM Land Cruiser masih merupakan mayoritas pemilik bisnis selama satu hingga lima tahun. Faktor lainnya adalah bahwa beberapa pemilik mengubah bisnis memasak mereka menjadi pekerjaan sampingan, tidak menjadikannya fokus utama mereka. Selanjutnya, pemanfaatan media sosial, pengelolaan pengetahuan, dan budaya organisasi berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja wirausahawan kuliner yang menjadi bagian dari budaya tersebut. Pada saat yang sama, penggunaan media sosial dalam pekerjaan, manajemen pengetahuan, dan budaya organisasi berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi ($F=29,904$; $\text{sig.}=0,000$; $\text{adj. } R^2=0,526$). Ini mendukung kelayakan model dan konsistensinya dengan teori kemampuan dinamis.

Bahkan, temuan ini menunjukkan bahwa pemilik UMKM di industri kuliner harus aktif memanfaatkan platform media sosial untuk pemantauan tren, pemasaran online, dan keterlibatan pelanggan, sambil berinvestasi dalam manajemen pengetahuan seperti berbagi informasi tentang tren kuliner, mengumpulkan umpan balik pelanggan, dan pengembangan keterampilan melalui saluran digital. Asosiasi seperti Embrace didorong untuk menawarkan program literasi digital terstruktur dan forum berbagi pengetahuan untuk mempromosikan pengembangan budaya organisasi dan kinerja anggota.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel dibatasi untuk 79 anggota usaha mikro dan kecil di Semarang, sehingga generalisasi terbatas. Kedua, desain

penampang tidak dapat sepenuhnya menangkap dinamika kausal dari waktu ke waktu. Ketiga, penelitian ini tidak mempertimbangkan variabel moderasi seperti ukuran usaha, tingkat pendidikan pemilik, atau literasi digital. Penelitian masa depan meliputi: (1) memperluas sampel ke kota dan sektor lain; (2) Mengadopsi desain vertikal; (3) Mengeksplorasi variabel moderasi dan mediasi seperti literasi digital dan orientasi kewirausahaan; Selanjutnya, (4) untuk analisis jalur yang lebih komprehensif, kita akan mempertimbangkan pemodelan persamaan struktural (SEM).

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Semarang atas dukungan akademik yang diberikan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota Komunitas Kuliner Semarang (RANGKUL) yang telah berpartisipasi sebagai responden dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Apresiasi yang tinggi diberikan kepada rekan-rekan akademisi, reviewer, dan seluruh pihak yang telah memberikan masukan, saran, serta dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan naskah hingga siap untuk dipublikasikan.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Misbakhul Arrezqi: Konseptualisasi penelitian, penyusunan kerangka teori, pengumpulan data, analisis data menggunakan SPSS, interpretasi hasil penelitian, penulisan draf awal, dan revisi naskah. Rustono: Supervisi penelitian, validasi metodologi, peninjauan kritis terhadap hasil analisis, penyempurnaan pembahasan, serta review dan editing naskah. Sinta Bela: Penyusunan instrumen penelitian, pengolahan data, validasi data penelitian, manajemen referensi, serta review akhir naskah.

REFERENSI

- Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., Ahmad, N., & Zakaria, N. H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 37, 72–112.
- Ajisasmito, M., & Saryatmo, M. A. (2024). Pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kemampuan inovasi dengan manajemen pengetahuan sebagai mediasi pada pendidik di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 907–920.
- Alhaimer, R. S. (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), 1960–1972.
- Augier, M., & Teece, D. J. (2007). Dynamic capabilities and multinational enterprise: Penrosean insights and omissions. *Management International Review*, 47, 175–192.
- Bawana, T. A. (2025). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Oleh Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm): Perspektif Pengusaha Dan Konsumen. *Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 5(01), 13–27.
- Dantas, R. M., Aftab, H., Aslam, S., Majeed, M. U., Correia, A. B., Qureshi, H. A., & Lucas, J. L. (2022). Empirical Investigation of Work-Related Social Media Usage and Social-Related Social Media Usage on Employees' Work Performance. *Behavioral Sciences*, 12(8), 297.
- Desi, S. (2022). *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Tenaga Kependidikan UIN Raden Intan Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Hendrawan, M. R. (2019). *Manajemen Pengetahuan: Konsep dan Praktik Berpengetahuan pada Organisasi Pembelajaran*. Universitas Brawijaya Press.
- 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.
- Korma, M., Kolloju, N., Kummitha, H. R., & Kareem, M. A. (2022). Impact of Organizational Culture on Organisational Performance: A Study on the Employees in Educational Institutions. *Business Systems Research: International Journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 13(1), 138–155.

- Lela, C., Kharimah, K., Hilmi, M., Muzdhalifah, M., & Pratama, G. (2023). Analisis dampak penggunaan internet terhadap pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Aplikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 40–48.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67.
- Masduki, M. (2020). Pengaruh Penerapan Knowledge Management Terhadap Kinerja Perguruan Tinggi dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4(1), 1–17.
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), 63–78.
- Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2015). Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and Informatics*, 32(1), 67–78.
- Shahzad, M., Qu, Y., Zafar, A. U., Rehman, S. U., & Islam, T. (2020). Exploring the influence of knowledge management process on corporate sustainable performance through green innovation. *Journal of Knowledge Management*, 24(9), 2079–2106.
- Simamora, M. (2025). Strategi Penggunaan Media Komunikasi untuk Mengoptimalkan Kinerja Organisasi Remaja Hutatinggi. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 1092–1105.
- Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10), 991–995.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis trikotomi baru dalam manajemen strategi. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Yulianti, P., Fahmy, R., Rahman, H., & Rivai, H. A. (2023). Analisis Knowledge Management Menggunakan Model Big Data di Media Sosial UMKM. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 13(1), 24–39.