

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ORIENTATION
TO IMPROVE RELATIONSHIP QUALITY AND
INNOVATION PERFORMANCE IN SME'S***

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Adelia Ika Damayanti

Nim : 30401612044

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2020**

SKRIPSI

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ORIENTATION
TO IMPROVE RELATIONSHIP QUALITY AND
INNOVATION PERFORMANCE IN SME'S***

Disusun Oleh :

Adelia Ika Damayanti

Nim : 30401612044

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 24 Januari 2020

Pembimbing



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

NIK. 210499042

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ORIENTATION
TO IMPROVE RELATIONSHIP QUALITY AND
INNOVATION PERFORMANCE IN SME'S***

Disusun Oleh :

Adelia Ika Damayanti

Nim : 30401612044

Telah dipertahankan di depan penguji

pada tanggal 11 Februari 2020

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dr. H. Ardian Adhitama, S.E, M.M

NIK. 210499042

Penguji 1

Dr. Budhi Cahyono, SE, M.Si

NIK. 210492030

Penguji 2

Arizqi, SE, MM

NIK 210415053

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 11 Februari 2020

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhitama, SE, MM

NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Adelia Ika Damayanti
NIM : 30401612044
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *“The Role of Social Media Orientation To Improve Relationship Quality and Innovation Performance in SME’s”* merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini

Pembimbing



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499042

Semarang, 24 Januari 2020
Yang membuat pernyataan,



Adelia Ika Damayanti
NIM 30401612044

INTISARI

Globalisasi saat ini berdampak pada perubahan ke arah digital. Era digital berpengaruh pada perubahan media massa ke media baru yaitu Internet. Dengan adanya internet, memunculkan sebuah digital marketing melalui sosial media. Sosial media saat ini dimanfaatkan untuk aktivitas bisnis pada perusahaan, dengan cara berinteraksi, berkoordinasi, bekerja sama, membentuk jaringan hubungan, dan berbagi atau mendapatkan informasi. Hubungan dengan stakeholder seperti konsumen, perusahaan lain, supplier, dan distributor melalui media sosial dapat menunjang perkembangan bisnisnya yang berkualitas dan menciptakan kinerja inovasi yang tinggi. *Social media orientation* memiliki peran dalam membentuk hubungan yang berkualitas dan kinerja inovasi pada penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu *inter organizational knowledge sharing* yang berpengaruh pada *relationship quality* dan dimoderasi oleh *value congruence*. *Inter organizational knowledge sharing* disini juga berpengaruh pada *innovation performance* perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *social media orientation* dalam meningkatkan *relationship quality* dan *innovation performance* melalui *inter organizational knowledge sharing* dan *relationship quality* yang dimoderasi oleh *value congruence*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UKM fashion muslimah di Jawa Tengah. Usaha fashion saat ini menjadi sesuatu yang banyak diminati konsumen, karena fashion sudah menjadi salah satu bidang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Apalagi mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka fashion yang memenuhi syariat Islam akan menjadi trend pada dunia bisnis. Hampir semua orang menggunakan teknologi internet untuk menunjang segala aktivitasnya, maka dengan adanya sosial media dimanfaatkan oleh UKM fashion untuk mengembangkan bisnisnya. Penelitian ini dilakukan pada 109 pemilik UKM di Provinsi Jawa Tengah dengan kriteria telah menggunakan teknologi digital (sosial media) sebagai alat bisnis dan sudah beroperasi selama 1 tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel secara *non-probability sampling*. Data akan dikumpulkan dengan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan pengujian hipotesis studi ini dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa *social media orientation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *inter organizational knowledge sharing*, sedangkan *inter organizational knowledge sharing* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *relationship quality* dan *innovation performance*. *Value congruence* mampu memoderasi hubungan *inter organizational knowledge sharing* dan *relationship quality*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya *socal media orientation* dalam meningkatkan *relationship quality* dan *innovation performance*.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan social media dalam aktivitas bisnis untuk meningkatkan *innovation performance* sangat mampu memberikan pengaruh pada UKM. Sehingga UKM dapat membangun hubungan dengan perusahaan lain dengan cara bekerjasama, berkomitmen, menjaga kepercayaan dan berkomunikasi dengan stakeholder, serta UKM dapat menciptakan inovasi baru mengenai produk, layanan, distribusi dan proses kerja dengan pemanfaatan sosial media untuk mencari informasi dan pengetahuan.

Berdasarkan temuan ini, maka pemilik UKM harus meningkatkan penggunaan social media untuk dapat berbagi dan mengumpulkan pengetahuan antar perusahaan serta dapat melakukan kinerja inovasi. Penggunaan sosial media memberikan manfaat untuk terhubung dengan stakeholder agar tercipta sebuah hubungan yang dipengaruhi oleh faktor kerjasama, komitmen, kepercayaan, dan komunikasi. Maka dari itu semakin aktifnya UKM menggunakan sosial media untuk aktivitas bisnisnya dapat meningkatkan kualitas hubungan dengan stakeholder yang akan berdampak pada kesuksesan UKM secara jangka panjang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya penggunaan social media orientation akan meningkatkan aktivitas *inter organizational knowledge sharing* dan *innovation performance* yang didukung oleh *value congruence*, sehingga akan meningkatkan *relationship quality* pada UKM.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillahirabbil ‘alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian skripsi yang berjudul “***The Role of Social Media Orientation to Improve Relationship Quality and Innovation Performance in SME’s***” Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Allah SWT, Allah Maha Besar yang mana sudah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam proses pembuatan penelitian skripsi ini.
2. Orang Tua dan keluarga saya selaku pendukung setia dikala susah ataupun senang.
3. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran- saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.

4. Ibu Prof. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang juga telah membimbing dan memberikan arahan kepada saya.
5. Ibu Nurhidayati, SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen FE yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada saya.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada saya.
7. Mentor PLS saya yang terbaik yaitu Mbak Ari yang selalu sabar mengajari saya ketika mengolah data.
8. Teman seperjuangan SDM Squad Dima Roulina Simbolon, Dita Prameswari, Indah Rahayu, Riki Marda Utama dan Saskia Liya Mir'atuliffa yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada saya dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.
9. Teman dan Sahabat kelas EC dan seluruh teman-teman manajemen angkatan tahun 2016 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat saya dari semester satu sampai semester akhir Atin Anggraini Surono, Baieq Afiqa Herawati, Amalia Dewi Ikawati dan Alfiatun Hendri Utami yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada saya dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

11. Teman Kost saya Shinta Dhitasari dan Faradiah Melva yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan semangat serta canda tawa.
12. Kepada seluruh pihak dan teman-teman saya lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, 24 Januari 2020

Penulis,



Adelia Ika Damayanti