



Pengaruh Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan dan Visi Pemimpin terhadap Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta

Mutiara Khikmatul Maolidah^{1*}, Sigit Pramono², Mohammad³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kasih Bangsa, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mutiaramaulaaa@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of technology, organization, corporate culture, and leadership vision on the performance of ShopeeFood merchants in Jakarta. This research employs an explanatory quantitative approach with a survey method. Data were collected from 100 respondents who are ShopeeFood merchants in Jakarta and analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4. The outer model results indicate that all indicators meet the convergent validity criteria with loading factors above 0.70 and satisfy discriminant validity based on cross-loading values. The constructs also demonstrate good reliability. The research model shows a Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) of 0.070, indicating an acceptable model fit. The inner model testing using bootstrapping shows that organization and technology have a significant effect on ShopeeFood merchant performance, while corporate culture and leadership vision do not have a significant effect. These findings suggest that the improvement of merchant performance is primarily influenced by technology and organizational factors rather than corporate culture or leadership vision.*

Keywords: *Corporate Culture; Leadership Vision; Organization; Store Performance; Technology.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin terhadap kinerja toko ShopeeFood di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari 100 responden yang merupakan pelaku UMKM atau merchant ShopeeFood di wilayah Jakarta dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil pengujian outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai loading factor di atas 0,70 serta memenuhi validitas diskriminan berdasarkan nilai *cross loading*. Selain itu, konstruk penelitian juga memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Model penelitian menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,070 yang mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang dapat diterima. Hasil pengujian inner model melalui *bootstrapping* menunjukkan bahwa variabel organisasi dan teknologi berpengaruh signifikan terhadap kinerja toko ShopeeFood di Jakarta, sedangkan budaya perusahaan dan visi pemimpin tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja toko. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja toko lebih banyak dipengaruhi oleh faktor teknologi dan organisasi dibandingkan faktor budaya perusahaan dan visi pemimpin.

Kata kunci: Budaya Perusahaan; Kinerja Toko; Organisasi; Teknologi; Visi Pemimpin.

1. LATAR BELAKANG

ShopeeFood merupakan salah satu layanan pesan-antar makanan daring yang berkembang di wilayah Jakarta dan memberikan peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi digital. Kehadiran platform pesan-antar makanan tidak hanya mengubah pola transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, tetapi juga mendorong merchant untuk meningkatkan kualitas pengelolaan toko agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan dan daya saing di tengah persaingan yang semakin tinggi pada industri layanan pesan-antar makanan berbasis digital. Dalam konteks tersebut, kinerja toko menjadi salah satu

aspek penting karena berkaitan dengan kemampuan *merchant* dalam memberikan layanan yang cepat, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Palangan, 2023).

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor yang mendorong perubahan dalam industri kuliner. Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan bisnis dan sistem pemesanan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendukung peningkatan kinerja toko. Tanuwijaya dkk. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan bisnis dan pemesanan memberikan pengaruh positif terhadap efisiensi dan kinerja toko. Namun, hasil penelitian Addurunnafis dan Kurniawan (2025) menunjukkan bahwa penerapan teknologi tidak secara otomatis meningkatkan kinerja apabila tidak didukung oleh kesiapan internal organisasi dan budaya kerja yang adaptif. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh teknologi terhadap kinerja masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada usaha kuliner yang menjalankan kegiatan bisnis melalui platform digital seperti ShopeeFood.

Dalam praktiknya, pemanfaatan teknologi pada bisnis kuliner tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran dan pemesanan makanan, tetapi juga dapat digunakan untuk mengelola informasi pelanggan, memantau performa penjualan, mengevaluasi operasional, serta mendukung pengambilan keputusan bisnis. Pada saat yang sama, perubahan perilaku konsumen menuntut *merchant* untuk mampu memberikan layanan yang cepat, transaksi yang mudah, serta pengalaman pelanggan yang berkualitas. Oleh karena itu, efektivitas pemanfaatan teknologi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan usaha dalam mengintegrasikan teknologi dengan strategi operasional, sumber daya manusia, dan inovasi layanan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya melihat teknologi sebagai bagian dari sistem organisasi yang saling berkaitan dalam membentuk kinerja toko.

Selain teknologi, faktor organisasi juga memiliki peranan dalam menentukan efektivitas operasional usaha. Struktur dan pengelolaan organisasi yang jelas dapat membantu meningkatkan koordinasi, pembagian tugas, serta efektivitas pelaksanaan pekerjaan. Jumawan dkk. (2024) mengemukakan bahwa organisasi yang memiliki pengelolaan yang jelas dapat meningkatkan koordinasi kerja dan mendorong peningkatan kinerja. Namun, Setiawati dkk. (2025) mencatat bahwa organisasi yang terlalu kaku dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan sehingga berpotensi menghambat kinerja. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh organisasi terhadap kinerja tidak selalu bersifat seragam dan masih terdapat ruang untuk mengkaji bagaimana karakteristik organisasi dapat berperan dalam mendukung kinerja pada model bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Budaya perusahaan juga menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku dan kinerja individu maupun organisasi. Budaya perusahaan yang positif dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendorong motivasi, produktivitas, kerja sama, dan kolaborasi. Ardhiyansyah dan Juniansyah (2024) menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya yang kuat dan positif dapat meningkatkan motivasi serta produktivitas karyawan. Sejalan dengan hal tersebut, Jumawan dkk. (2024) menjelaskan bahwa budaya perusahaan yang mendorong kerja sama dan kolaborasi dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja toko. Meskipun demikian, Adam dan Siladjaja (2025) mengungkapkan bahwa budaya kerja yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dapat menghambat peningkatan kinerja. Temuan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji budaya perusahaan tidak hanya sebagai nilai dan kebiasaan dalam organisasi, tetapi juga sebagai kemampuan internal usaha dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi dan tuntutan lingkungan bisnis digital.

Faktor lain yang berpotensi memengaruhi kinerja toko adalah visi pemimpin. Kepemimpinan yang memiliki visi dapat memberikan arah strategis, membangun motivasi, serta meningkatkan komitmen anggota organisasi dalam mencapai tujuan usaha. Husnil Hidayat dan Alizar Hasan (2024) menunjukkan bahwa kepemimpinan visioner mampu memberikan motivasi dan arah strategis yang dapat memperkuat kinerja toko. Visi pemimpin juga dapat mendorong komitmen kerja dan produktivitas apabila diterjemahkan ke dalam tindakan organisasi yang jelas. Namun, Nor dan Aslamiah (2025) mencatat bahwa visi pemimpin tidak akan berjalan secara efektif apabila tidak disertai dengan implementasi kebijakan yang konsisten. Dengan demikian, masih diperlukan kajian empiris mengenai sejauh mana visi pemimpin berkontribusi terhadap kinerja toko, khususnya pada merchant yang beroperasi dalam ekosistem platform digital.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada faktor-faktor tertentu, seperti teknologi, organisasi, budaya perusahaan, atau kepemimpinan secara terpisah. Selain itu, objek penelitian sebelumnya lebih banyak membahas UMKM atau perusahaan secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus menguji keempat faktor tersebut secara simultan terhadap kinerja toko pada platform pesan-antar makanan digital masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap dalam memahami bagaimana teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin secara bersama-sama dapat membentuk kinerja toko dalam ekosistem digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian keempat faktor tersebut secara simultan dalam konteks merchant ShopeeFood di Jakarta, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih terintegrasi mengenai faktor internal yang berkaitan dengan kinerja toko pada bisnis kuliner berbasis platform digital.

Penelitian ini memiliki urgensi karena persaingan pada layanan pesan-antar makanan digital menuntut merchant tidak hanya mengandalkan keberadaan teknologi, tetapi juga memiliki organisasi yang mampu beradaptasi, budaya perusahaan yang mendukung perubahan, serta kepemimpinan yang mampu memberikan arah strategis. Pemahaman mengenai hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan kinerja toko menjadi penting agar merchant dapat mengidentifikasi aspek internal yang perlu diperkuat dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital. Dengan menguji teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin secara simultan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kinerja toko ShopeeFood di Jakarta.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin terhadap kinerja toko ShopeeFood di Jakarta, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan analisis *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai hubungan antara faktor teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin dengan kinerja toko.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya literatur mengenai faktor-faktor internal yang berkaitan dengan kinerja usaha kuliner berbasis platform digital. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi merchant ShopeeFood dalam meningkatkan pengelolaan teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan kepemimpinan untuk mendukung kinerja toko. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris bagi penelitian selanjutnya yang membahas kinerja usaha dalam ekosistem layanan pesan-antar makanan dan transformasi bisnis berbasis digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Teknologi

Teknologi dalam penelitian ini didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). *Technology Acceptance Model* menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap suatu teknologi terutama dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

Persepsi manfaat menggambarkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja atau membantu menyelesaikan pekerjaan secara lebih efektif, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah (Noveril Hibur dkk., 2022). Dalam konteks penelitian ini, penerapan teknologi digital pada toko ShopeeFood dapat dipahami melalui tingkat manfaat dan kemudahan teknologi dalam mendukung aktivitas operasional toko. Teknologi yang memberikan manfaat dan mudah digunakan akan lebih mudah diterima dan dimanfaatkan dalam pengelolaan pesanan, pelayanan pelanggan, serta kegiatan operasional lainnya.

Secara umum, teknologi dapat dipahami sebagai penerapan pengetahuan, perangkat, dan prosedur yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan organisasi (Jumawan dkk., 2024). Dalam bisnis kuliner berbasis aplikasi, teknologi mencakup berbagai sistem yang mendukung kegiatan operasional, seperti platform pemesanan digital, pengelolaan inventori, pemrosesan transaksi, serta layanan pelanggan berbasis aplikasi. Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan proses bisnis dilakukan secara lebih cepat dan terintegrasi sehingga dapat mendukung peningkatan efisiensi dan kinerja toko (Tanuwijaya dkk., 2024).

Dengan demikian, teknologi dalam penelitian ini tidak hanya dipandang sebagai perangkat atau sistem yang digunakan dalam kegiatan bisnis, tetapi sebagai sumber daya yang mendukung efektivitas operasional toko. Pemanfaatan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan usaha dapat membantu merchant mengelola pesanan secara lebih efektif, mempercepat pelayanan, mengurangi kesalahan operasional, dan meningkatkan kemampuan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, pemanfaatan teknologi dipandang memiliki keterkaitan dengan peningkatan kinerja toko ShopeeFood.

Organisasi

Variabel organisasi dalam penelitian ini didukung oleh Teori Organisasi Klasik, khususnya konsep birokrasi yang dikemukakan oleh Max Weber. Teori tersebut menekankan pentingnya struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas, hierarki wewenang, serta sistem koordinasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi organisasi. Menurut Tania Melani Putri dan Suwandi (2025), prinsip-prinsip organisasi klasik masih memiliki relevansi dalam organisasi modern karena struktur yang teratur, pembagian kerja yang jelas, serta koordinasi yang sistematis dapat mendukung kelancaran operasional dan efektivitas organisasi.

Organisasi tidak hanya berkaitan dengan struktur formal, tetapi juga mencakup proses komunikasi, koordinasi, pembagian tanggung jawab, dan hubungan kerja antaranggota organisasi. Organisasi yang memiliki sistem komunikasi dan koordinasi yang baik akan lebih mampu mengintegrasikan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan secara efektif (Hadi dan Nisa, 2025). Sementara itu, Mei dan Sriulina (2022) menjelaskan bahwa organisasi merupakan susunan formal yang mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, alur komunikasi, serta proses pengambilan keputusan di dalam organisasi. Struktur yang jelas memungkinkan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya sehingga koordinasi pekerjaan dapat berlangsung dengan lebih baik.

Dalam konteks bisnis berbasis aplikasi seperti ShopeeFood, organisasi memiliki peranan dalam memastikan berbagai aktivitas toko dapat berjalan secara terkoordinasi. Pembagian tugas dalam pengelolaan pesanan, pelayanan pelanggan, pengelolaan operasional, dan penggunaan sistem digital perlu dilakukan secara jelas agar proses kerja berlangsung secara efektif. Organisasi yang mampu membangun koordinasi dan komunikasi yang baik juga akan lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan teknologi.

Dengan demikian, organisasi dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan toko dalam mengelola struktur kerja, pembagian tugas, komunikasi, koordinasi, dan pengambilan keputusan untuk mendukung kegiatan operasional. Pengelolaan organisasi yang efektif dapat menciptakan proses kerja yang lebih terarah, meningkatkan efisiensi, dan mendukung pencapaian kinerja toko ShopeeFood.

Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan dalam penelitian ini didukung oleh teori budaya organisasi yang dikemukakan oleh Edgar H. Schein. Schein menjelaskan bahwa budaya organisasi merupakan pola asumsi dasar yang dikembangkan dan dipelajari oleh suatu kelompok dalam menghadapi permasalahan adaptasi eksternal dan integrasi internal. Asumsi tersebut kemudian dianggap tepat dan diwariskan kepada anggota organisasi sebagai pedoman dalam berpikir, bersikap, dan bertindak. Dengan demikian, budaya organisasi terbentuk melalui nilai, keyakinan, norma, serta kebiasaan yang dianut bersama oleh anggota organisasi (Amory dkk., 2025).

Budaya perusahaan memiliki peranan dalam membentuk perilaku anggota organisasi dan menciptakan pola kerja yang mendukung pencapaian tujuan. Diawati dan Kahir (2023) menjelaskan bahwa budaya organisasi berperan dalam membentuk perilaku anggota organisasi dan dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung peningkatan kinerja.

Budaya yang kuat dapat memberikan pedoman bagi anggota organisasi dalam melaksanakan pekerjaan, membangun rasa keterikatan terhadap organisasi, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas. Maha Putra dan Nasution (2024) mendefinisikan budaya perusahaan sebagai sekumpulan nilai, norma, keyakinan, dan praktik yang secara kolektif membentuk perilaku anggota organisasi serta memengaruhi interaksi dan proses pengambilan keputusan. Budaya yang kuat dan adaptif juga dapat meningkatkan motivasi, produktivitas, dan kerja sama antaranggota organisasi (Ardhiyansyah dan Juniansyah, 2024). Dalam lingkungan bisnis yang mengalami perubahan teknologi secara cepat, kemampuan budaya perusahaan untuk mendukung inovasi, kolaborasi, dan adaptasi menjadi semakin penting.

Dalam konteks bisnis kuliner berbasis aplikasi seperti ShopeeFood, budaya perusahaan yang adaptif dapat membantu toko menghadapi perubahan teknologi dan kebutuhan pasar. Nilai kerja sama dan kolaborasi dapat mendukung koordinasi antaranggota, sedangkan keterbukaan terhadap inovasi dapat membantu toko menyesuaikan proses operasional dengan perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, budaya perusahaan dalam penelitian ini dipahami sebagai nilai, norma, keyakinan, dan kebiasaan yang menjadi pedoman perilaku anggota toko dalam melaksanakan pekerjaan. Karakteristik budaya perusahaan tersebut dipandang memiliki keterkaitan dengan kemampuan toko dalam mencapai kinerja yang optimal.

Visi Pemimpin

Variabel visi pemimpin dalam penelitian ini didukung oleh teori kepemimpinan visioner yang dikemukakan oleh Burt Nanus. Kepemimpinan visioner menekankan kemampuan pemimpin dalam membangun gambaran masa depan organisasi, mengomunikasikan arah tersebut kepada anggota organisasi, serta menginspirasi anggota untuk bersama-sama mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kepemimpinan visioner juga berkaitan dengan kemampuan pemimpin dalam merespons perubahan lingkungan melalui perumusan visi, inovasi, dan pengarahan anggota organisasi (Fahma dkk., 2024).

Visi pemimpin merupakan pandangan jangka panjang yang dirumuskan dan dikomunikasikan oleh pemimpin sebagai arah strategis dalam mencapai tujuan organisasi. Visi tersebut menjadi pedoman bagi anggota organisasi dalam memahami prioritas kerja dan menentukan tindakan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Husnil Hidayat dan Alizar Hasan (2024) menjelaskan bahwa kepemimpinan visioner dapat memberikan motivasi dan inspirasi kepada anggota organisasi, meningkatkan komitmen, serta mendorong rasa tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Dalam konteks bisnis kuliner berbasis aplikasi seperti ShopeeFood, visi pemimpin menjadi penting karena lingkungan bisnis ditandai oleh perubahan teknologi, persaingan antarmerchant, dan perubahan kebutuhan pelanggan. Pemimpin yang mampu menyampaikan visi secara jelas dapat memberikan arah bagi pengembangan usaha, mendorong inovasi, dan mengarahkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis. Visi yang jelas juga dapat membantu menyelaraskan aktivitas operasional dengan tujuan usaha sehingga berbagai sumber daya dapat digunakan secara lebih terarah.

Dengan demikian, visi pemimpin dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan pemimpin dalam merumuskan, mengomunikasikan, dan mengarahkan anggota organisasi melalui tujuan serta arah strategis yang jelas. Kemampuan tersebut menjadi bagian penting dalam mengarahkan aktivitas organisasi dan mendorong anggota untuk mencapai tujuan usaha. Berdasarkan teori kepemimpinan visioner dan hasil penelitian terdahulu, visi pemimpin memiliki keterkaitan dengan pencapaian kinerja toko ShopeeFood.

Kinerja Toko

Kinerja toko merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam perspektif manajemen, kinerja dapat dilihat melalui berbagai aspek, seperti produktivitas, efisiensi operasional, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan pencapaian hasil usaha (Robbins dan Mary A., 2022). Kinerja tidak hanya menggambarkan hasil akhir yang dicapai oleh suatu usaha, tetapi juga mencerminkan efektivitas proses internal dan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Dalam konteks bisnis kuliner berbasis aplikasi seperti ShopeeFood, kinerja toko berkaitan dengan kemampuan merchant dalam menjalankan kegiatan operasional secara efektif sekaligus memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Kinerja dapat tercermin dari kemampuan toko dalam mengelola pesanan, memberikan pelayanan secara tepat waktu, menjaga kualitas layanan, meningkatkan produktivitas, serta mencapai pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, kinerja toko menjadi salah satu indikator penting untuk melihat keberhasilan merchant dalam menghadapi persaingan pada ekosistem layanan pesan-antar makanan digital. Konsep kinerja juga dapat dijelaskan melalui teori manajemen kinerja yang menempatkan efisiensi, efektivitas, kualitas, dan pencapaian tujuan sebagai bagian penting dalam pengukuran kinerja organisasi.

Selain itu, *Resource-Based View* (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya internal yang bernilai dan dapat mendukung pencapaian tujuan. Dalam bisnis berbasis aplikasi, teknologi, sumber daya manusia, kemampuan organisasi, budaya perusahaan, dan kepemimpinan dapat menjadi sumber daya yang mendukung penciptaan nilai bagi pelanggan dan peningkatan performa usaha.

Berdasarkan perspektif tersebut, kinerja toko dalam penelitian ini dipahami sebagai tingkat keberhasilan merchant ShopeeFood dalam mencapai tujuan operasional dan bisnis melalui efektivitas pengelolaan sumber daya, proses kerja, serta pelayanan kepada pelanggan. Kinerja toko tidak hanya dilihat berdasarkan pencapaian penjualan, tetapi juga melalui kemampuan toko dalam menjalankan operasional secara efektif, mempertahankan kualitas pelayanan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin menjadi faktor yang secara teoritis dan empiris memiliki keterkaitan dengan kinerja toko ShopeeFood di Jakarta.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif melalui metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin terhadap kinerja toko ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Desain eksplanatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan antarvariabel yang telah dirumuskan berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Metode SEM-PLS digunakan karena mampu menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan serta mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dalam satu analisis. Metode ini juga sesuai untuk penelitian yang melibatkan beberapa konstruk laten dan bertujuan menjelaskan hubungan prediktif antarvariabel (Hair et al., 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola toko makanan dan minuman yang aktif berjualan melalui ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta. Unit analisis penelitian adalah pemilik atau pengelola toko karena memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan operasional, penggunaan teknologi, pengambilan keputusan, serta pencapaian kinerja toko.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pemilihan teknik tersebut didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk memperoleh responden yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih merupakan pemilik atau pengelola toko makanan dan minuman yang aktif berjualan di ShopeeFood minimal selama satu tahun, terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan operasional toko, serta menjalankan usaha di wilayah DKI Jakarta. Penentuan ukuran sampel mengacu pada Hair dkk. (2021) dengan mempertimbangkan jumlah indikator dan kompleksitas model penelitian. Penelitian ini menggunakan 20 indikator untuk mengukur variabel teknologi, organisasi, budaya perusahaan, visi pemimpin, dan kinerja toko. Berdasarkan pendekatan tersebut, penelitian ini menggunakan 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik atau pengelola toko ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta yang memenuhi kriteria penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel ilmiah, jurnal penelitian terdahulu, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan variabel penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel yang diperoleh dari teori dan penelitian terdahulu, kemudian disesuaikan dengan konteks toko ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden terhadap teknologi, organisasi, budaya perusahaan, visi pemimpin, dan kinerja toko. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen dilakukan uji coba terhadap 30 responden untuk memastikan kejelasan dan kesesuaian setiap pernyataan dengan konstruk yang diukur.

Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4 melalui evaluasi model pengukuran dan model struktural. Evaluasi model pengukuran digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan validitas diskriminan dievaluasi menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Reliabilitas konstruk dievaluasi melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas digunakan untuk menentukan kelayakan indikator dan konstruk sebelum dilakukan pengujian model struktural sesuai dengan kriteria yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2021).

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui hubungan antara teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin terhadap kinerja toko. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2), *path coefficient*, dan hasil *bootstrapping*. Nilai R^2 digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan *path coefficient* digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS 4 dengan memperhatikan nilai *t-statistic* dan *p-value*. Pada tingkat signifikansi 5 persen, hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Arah pengaruh ditentukan berdasarkan tanda dan nilai *path coefficient*. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mengaitkannya dengan teori dan penelitian terdahulu untuk menjelaskan hubungan teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin terhadap kinerja toko ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta.

Model penelitian menggambarkan teknologi, organisasi, budaya perusahaan, dan visi pemimpin sebagai variabel independen yang diperkirakan memiliki pengaruh terhadap kinerja toko sebagai variabel dependen. Dalam model penelitian, teknologi dinyatakan sebagai X1, organisasi sebagai X2, budaya perusahaan sebagai X3, visi pemimpin sebagai X4, sedangkan kinerja toko ShopeeFood dinyatakan sebagai Y. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi (X1), organisasi (X2), budaya perusahaan (X3), dan visi pemimpin (X4) diarahkan terhadap kinerja toko ShopeeFood (Y). Model tersebut digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen maupun pengaruhnya secara bersama-sama terhadap kinerja toko melalui analisis SEM-PLS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik atau pengelola toko makanan dan minuman yang aktif berjualan melalui ShopeeFood di wilayah DKI Jakarta. Responden yang digunakan dalam analisis berjumlah 100 orang dan telah memenuhi kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian. Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi kualitas instrumen melalui outer model serta menguji hubungan antarvariabel melalui inner model. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin terhadap Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta.

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi outer model dilakukan untuk mengetahui kemampuan indikator dalam merepresentasikan konstruk penelitian serta memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Pengujian meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian secara keseluruhan memenuhi kriteria yang dipersyaratkan sehingga dapat digunakan untuk melanjutkan analisis model struktural.

Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk mengetahui sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, indikator Teknologi memiliki nilai loading factor antara 0,925 sampai 0,928, Organisasi antara 0,942 sampai 0,946, Budaya Perusahaan antara 0,898 sampai 0,930, Visi Pemimpin antara 0,881 sampai 0,957, dan Kinerja Toko antara 0,831 sampai 0,957.

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi batas nilai loading factor yang direkomendasikan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa masing-masing indikator memiliki keterkaitan yang kuat dengan konstruk yang diukurnya. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen dan dapat digunakan dalam pengujian model struktural.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan *Loading Factor*.

Indikator	Teknologi	Organisasi	Budaya Perusahaan	Visi Pemimpin	Kinerja Toko	Keterangan
X1.1	0,927					Valid
X1.2	0,928					Valid
X1.3	0,925					Valid
X2.1		0,945				Valid
X2.2		0,946				Valid
X2.3		0,942				Valid
X3.1			0,930			Valid
X3.2			0,898			Valid
X3.3			0,924			Valid
X4.1				0,896		Valid
X4.2				0,957		Valid
X4.3				0,881		Valid
Y1					0,831	Valid
Y2					0,900	Valid
Y3					0,957	Valid
Y4					0,927	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator lebih mampu merepresentasikan konstruk asalnya dibandingkan konstruk lainnya. Pengujian dilakukan melalui nilai *cross loading*. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk masing-masing. Indikator Teknologi X1.1, X1.2, dan X1.3 memiliki nilai loading masing-masing sebesar 0,927; 0,928; dan 0,925 pada konstruk Teknologi. Indikator Organisasi X2.1, X2.2, dan X2.3 memiliki nilai loading sebesar 0,945; 0,946; dan 0,942 pada konstruk Organisasi.

Pada konstruk Budaya Perusahaan, indikator X3.1, X3.2, dan X3.3 memiliki nilai loading masing-masing sebesar 0,930; 0,898; dan 0,924. Sementara itu, indikator Visi Pemimpin X4.1, X4.2, dan X4.3 memiliki nilai loading sebesar 0,896; 0,957; dan 0,881. Konstruk Kinerja Toko yang terdiri atas Y1, Y2, Y3, dan Y4 memiliki nilai loading masing-masing sebesar 0,831; 0,900; 0,957; dan 0,927.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, indikator-indikator penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan *cross loading* dan mampu membedakan konstruk Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, Visi Pemimpin, dan Kinerja Toko.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan Berdasarkan *Cross Loading*.

Indikator	Teknologi	Organisasi	Budaya Perusahaan	Visi Pemimpin	Kinerja Toko
X1.1	0,927	0,799	0,759	0,737	0,816
X1.2	0,928	0,792	0,757	0,766	0,836
X1.3	0,925	0,739	0,739	0,845	0,758
X2.1	0,780	0,945	0,720	0,790	0,796
X2.2	0,832	0,946	0,757	0,736	0,871
X2.3	0,763	0,942	0,748	0,768	0,813
X3.1	0,714	0,668	0,930	0,783	0,656
X3.2	0,834	0,836	0,898	0,840	0,774
X3.3	0,653	0,622	0,924	0,763	0,573
X4.1	0,789	0,715	0,875	0,896	0,664
X4.2	0,775	0,763	0,843	0,957	0,734
X4.3	0,744	0,734	0,669	0,881	0,672
Y1	0,647	0,644	0,595	0,620	0,831
Y2	0,782	0,761	0,670	0,686	0,900
Y3	0,848	0,880	0,691	0,705	0,957
Y4	0,842	0,860	0,717	0,725	0,927

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Reliabilitas Konstruk

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Reliabilitas dievaluasi menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3 dan Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik dan seluruh konstruk penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan *Cronbach's Alpha*.

Konstruk	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Teknologi	0,918	Reliabel
Organisasi	0,939	Reliabel
Budaya Perusahaan	0,907	Reliabel
Visi Pemimpin	0,898	Reliabel
Kinerja Toko	0,926	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan *Composite Reliability*.

Konstruk	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	Keterangan
Teknologi	0,920	Reliabel
Organisasi	0,941	Reliabel
Budaya Perusahaan	0,923	Reliabel
Visi Pemimpin	0,903	Reliabel
Kinerja Toko	0,940	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Hasil pengujian outer model secara keseluruhan menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh indikator memiliki kemampuan yang memadai dalam merepresentasikan konstruk masing-masing dan seluruh konstruk menunjukkan konsistensi internal yang baik. Oleh karena itu, model pengukuran dinilai layak untuk digunakan dalam pengujian hubungan struktural antarvariabel.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel Kinerja Toko serta menguji pengaruh Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin terhadap Kinerja Toko. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2) dan pengujian hubungan antarvariabel melalui *path coefficient* serta *bootstrapping*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R-square* Kinerja Toko sebesar 0,831, sedangkan nilai *R-square adjusted* sebesar 0,824. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5, nilai tersebut menunjukkan bahwa Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin secara bersama-sama mampu menjelaskan 83,1% variasi

Kinerja Toko. Sementara itu, sebesar 16,9% variasi Kinerja Toko dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Nilai *R-square* sebesar 0,831 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat berdasarkan kriteria yang digunakan dalam SEM-PLS. Nilai *R-square adjusted* sebesar 0,824 juga menunjukkan bahwa kemampuan penjelasan model tetap tinggi setelah mempertimbangkan jumlah prediktor yang digunakan. Dengan demikian, kombinasi variabel Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Variabel Endogen	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>	Keterangan
Kinerja Toko	0,831	0,824	Kuat

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada SmartPLS 4. Hasil pengujian digunakan untuk mengetahui arah dan signifikansi pengaruh Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin terhadap Kinerja Toko. Keputusan signifikansi didasarkan pada nilai *p-value* sebesar 0,05 serta didukung oleh nilai *path coefficient* dan *t-statistic*.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis.

Hubungan Antarvariabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>	Keputusan	Keterangan
Teknologi → Kinerja Toko	0,504	1,921	0,027	H1 diterima	Positif dan signifikan
Organisasi → Kinerja Toko	0,536	2,183	0,015	H2 diterima	Positif dan signifikan
Budaya Perusahaan → Kinerja Toko	-0,006	0,025	0,490	H3 ditolak	Tidak signifikan
Visi Pemimpin → Kinerja Toko	-0,095	0,442	0,329	H4 ditolak	Tidak signifikan

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4, 2026.

Berdasarkan Tabel 6, Teknologi memiliki *path coefficient* sebesar 0,504 dengan *p-value* sebesar 0,027. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Teknologi terhadap Kinerja Toko. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan teknologi dalam kegiatan operasional toko, semakin tinggi pula Kinerja Toko yang ditunjukkan oleh responden. Temuan tersebut sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan dan pemanfaatan teknologi dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Tanuwijaya dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan kinerja usaha. Dengan demikian, penggunaan teknologi pada toko ShopeeFood dapat menjadi bagian penting dalam mendukung efektivitas pengelolaan pesanan, pelayanan, dan aktivitas operasional.

Organisasi memiliki *path coefficient* sebesar 0,536 dengan *p-value* sebesar 0,015. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Toko. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan organisasi, pembagian tugas, koordinasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan dalam toko, semakin baik pula kinerja yang dapat dicapai. Temuan ini sejalan dengan pandangan Teori Organisasi Klasik yang menekankan pentingnya struktur, pembagian kerja, dan koordinasi dalam mencapai efektivitas organisasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Hadi dan Nisa (2025) yang menekankan pentingnya komunikasi dan koordinasi dalam meningkatkan efektivitas kerja. Dengan demikian, pengelolaan organisasi yang terstruktur menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan peningkatan Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta.

Berbeda dengan Teknologi dan Organisasi, Budaya Perusahaan memiliki *path coefficient* sebesar -0,006 dengan *p-value* sebesar 0,490. Nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa Budaya Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Toko dalam penelitian ini. Koefisien yang sangat mendekati nol menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel relatif lemah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai, norma, kebiasaan, dan pola kerja yang terdapat dalam organisasi belum menunjukkan hubungan yang signifikan dengan Kinerja Toko berdasarkan data responden penelitian.

Temuan ini berbeda dengan penelitian Diawati dan Kahir (2023) serta Ardhiyansyah dan Juniansyah (2024) yang menunjukkan adanya peran budaya organisasi dalam mendukung perilaku dan produktivitas anggota organisasi. Perbedaan hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa pengaruh budaya perusahaan terhadap kinerja dapat dipengaruhi oleh karakteristik organisasi dan konteks bisnis yang diteliti. Pada konteks toko ShopeeFood, faktor operasional yang lebih langsung seperti penggunaan teknologi dan koordinasi organisasi dapat menjadi aspek yang lebih terkait dengan kinerja dibandingkan karakteristik budaya perusahaan.

Visi Pemimpin memiliki *path coefficient* sebesar -0,095 dengan *p-value* sebesar 0,329. Nilai *p-value* tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa Visi Pemimpin tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Toko dalam penelitian ini. Koefisien negatif menunjukkan arah hubungan yang negatif dalam model, tetapi karena hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik, arah tersebut tidak dapat diinterpretasikan sebagai bukti adanya pengaruh negatif yang nyata.

Hasil ini berbeda dengan penelitian Husnil Hidayat dan Alizar Hasan (2024) yang menjelaskan bahwa kepemimpinan visioner dapat memberikan motivasi, arah strategis, dan meningkatkan komitmen organisasi. Perbedaan hasil tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik unit analisis penelitian, khususnya pada toko ShopeeFood yang sebagian besar aktivitas operasionalnya dapat berlangsung dalam skala usaha yang relatif sederhana. Dalam kondisi tersebut, keberadaan visi pemimpin belum tentu secara langsung tercermin dalam kinerja toko apabila tidak diterjemahkan ke dalam kebijakan dan aktivitas operasional yang konkret.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Teknologi dan Organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta, sedangkan Budaya Perusahaan dan Visi Pemimpin tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa faktor yang berkaitan langsung dengan proses operasional dan pengelolaan aktivitas usaha memiliki hubungan yang lebih terlihat dengan kinerja toko dalam model penelitian. Nilai R-square sebesar 0,831 juga menunjukkan bahwa keempat variabel secara bersama-sama memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap Kinerja Toko, meskipun terdapat faktor lain sebesar 16,9% yang belum dijelaskan dalam model.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Teknologi dan Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Toko ShopeeFood di Jakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam kegiatan operasional serta pengelolaan organisasi yang baik menjadi faktor yang berperan dalam meningkatkan kinerja toko. Sementara itu, Budaya Perusahaan dan Visi Pemimpin tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Toko dalam penelitian ini. Secara simultan, Teknologi, Organisasi, Budaya Perusahaan, dan Visi Pemimpin mampu menjelaskan 83,1% variasi Kinerja Toko, sedangkan 16,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa faktor teknologi dan organisasi memiliki keterkaitan yang lebih nyata dengan kinerja toko dalam konteks responden yang diteliti.

Bagi pelaku usaha kuliner yang beroperasi melalui ShopeeFood, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi yang mendukung aktivitas operasional serta memperkuat koordinasi, pembagian tugas, dan pengelolaan organisasi. Meskipun Budaya Perusahaan dan Visi Pemimpin tidak menunjukkan pengaruh

yang signifikan terhadap Kinerja Toko dalam penelitian ini, pengembangan budaya kerja yang positif dan penerapan visi kepemimpinan tetap dapat dipertahankan sebagai bagian dari pengelolaan usaha, khususnya untuk mendukung keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang. Saran tersebut tidak dimaksudkan sebagai bukti bahwa kedua faktor tersebut secara langsung meningkatkan kinerja, melainkan sebagai upaya pengelolaan internal yang dapat mendukung keberlanjutan usaha.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah penelitian yang hanya melibatkan responden dari DKI Jakarta serta penggunaan empat variabel independen dalam menjelaskan Kinerja Toko. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu dipahami sesuai dengan karakteristik responden dan konteks penelitian sehingga generalisasinya ke wilayah atau karakteristik usaha yang berbeda perlu dilakukan secara hati-hati.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan karakteristik responden serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi berkaitan dengan Kinerja Toko, seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, inovasi, strategi pemasaran digital, dan faktor eksternal. Penelitian dengan desain longitudinal juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman mengenai perubahan kinerja toko dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menguji kembali peran Budaya Perusahaan dan Visi Pemimpin pada UMKM dengan struktur organisasi yang berbeda untuk mengetahui apakah karakteristik organisasi dan skala usaha dapat memengaruhi hubungan kedua variabel tersebut dengan Kinerja Toko.

DAFTAR REFERENSI

- Adam, A., & Siladjaja, M. (2025). Organizational culture transformation and its impact on performance in the digital era. *Dinasti International Journal of Management Science*, 6(5), 1269–1275. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/dijms.v5i6>
- Addurunnafis, M., & Kurniawan, M. (2025). Pengaruh agile leadership dan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan teknologi di kota surabaya dalam menghadapi dinamika digitalisasi global. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Organisasi*, 2(3), 200–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ektasi.v2i3.3145>
- Amory, J. D. S., J, R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis umkm: kajian literatur tentang inovasi dan keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2455–2462. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14519>
- Ardhiyansyah, A., & Juniansyah, M. A. (2024). Have msme in indonesia focused on business sustainability? The influence of environmental orientation, technology implementation, green marketing, and innovation capability. *Riset Ekonomi Manajemen*, 7(2), 369–394. <https://doi.org/10.31002/rekomen.v7i2.1679>

- Diawati, E., & Kahir, A. (2023). Membangun budaya organisasi sebagai upaya peningkatan kinerja. *Jurnal Ilmiah Riset Dan Pengembangan* |, 8(1), 35–47. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.71040/irpia.v8i4.190>
- Fahma, N., Kusuma, A. A. S., P, H. J., Soemardjoko, B., & Narimo, S. (2024). Strategi perubahan inovatif dalam kepemimpinan visioner kepala sekolah muhammadiyah. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(3), 1345–1350. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.975>
- Hadi, A. S. P., & Nisa, C. (2025). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Komunikasi*, 3(4), 331–347. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=3hJCSMMAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=3hJCSMMAAAAJ:hC7cP41nSMkC
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Danks, N. P., Sarstedt, M., & Ray, S. (2021). *Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (pls-sem) using r aaworkbook* (1st ed). Springer (Springer Nature). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Husnil Hidayat, & Alizar Hasan. (2024). Analisis pengaruh kepemimpinan visioner terhadap kepuasan kerja dan kinerja pegawai dengan iklim kerja sebagai variabel mediasi. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 9(1), 157–169. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v9i1.4861>
- Jumawan, Edy, S., Ernita, S. N. F., Maylinda, W., Fadilah, M. R., Rahmaliya, P., & Rizka, N. H. (2024). Analisis pengaruh budaya organisasi dan kepemimpinan Terhadap kinerja karyawan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2863–2872. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v3i6.2965>
- Maha Putra, D., & Nasution. (2024). The role of organizational culture on employee performance through job satisfaction and work motivation. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 5(1), 55–68. <https://doi.org/10.24123/jeb.v5i1.6099>
- Mei, V. S. E. S., & Sriulina, S. D. (2022). Pengaruh struktur organisasi terhadap kinerja karyawan pada kantor direksi pt. Perkebunan nusantara iii medan. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 4(1), 2797–6238. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jumansi.v4i1.2813>
- Nor, T., & Aslamiah. (2025). *Strategi kepemimpinan visioner dalam implementasi visi dan Misi berbasis kearifan lokal*. 5(1), 126–138. <https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia>
- Noveril Hibur, G., Fanggidae, R. P., Kurniawati, M., Benu, Y. R., Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Nusa Cendana, U., Akuntansi, P., & Korespondensi, K. (2022). The effect of technology acceptance model on buying interest in the marketplace facebook (study on the millennial generation in kupang city). *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 3(3), 169–187. <https://doi.org/https://doi.org/10.70581/glory.v3i3>
- Robbins, S. P., & Mary A, C. (2022). *Management* (15th Edition). Pearson.
- Setiabudhi, H., Suwono, M. A., Yudi, M. S., Setiawan, A., Karim, S., Hardani, P., & Duari, H. (2025). *Analisis data kuantitatif dengan smart pls 4* (P. H. H. Duari, Ed.). Borneo Novelty Publishing. <https://doi.org/10.70310/av1m3z82>
- Setiawati, E., Sutisna, & Sari, G. I. (2025). Leadership coordination: the key to mediating the influence of leadership and organizational structure on work performance. *Jurnal Economic Resource*, 8(2), 1583–1594. <https://doi.org/10.57178/jer.v8i2.1812>

- Tania Melani Putri, & Suwandi. (2025). Teori Klasik dan Efektivitas Organisasi di Era Digital. *Journal of Literature Review*, 1(2), 373–378. <https://doi.org/10.63822/smrx1r04>
- Tanuwijaya, K., Wijaya, A. T., Sikomena, A., Harjanti, D., & Marchyta, N. K. (2024). Pendampingan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran umkm nurul ismiati. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 4(3), 110–118. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v4i3.6901>