



Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis
Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Peran Budaya Digital dan Kreativitas terhadap Kinerja Karyawan: Apakah Krusial Bagi Perusahaan?

Yen Efawati

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Jalan Terusan Sekolah No. 1-2,
Bandung, Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi : : yen.efawati@ars.ac.id

Volume 17
Nomor 2
Halaman 139-150
Pekanbaru, 30 November 2024

Tanggal Masuk :
25 Oktober 2024
Tanggal Revisi :
28 November 2024
Tanggal Diterima :
17 Desember 2024

Kata Kunci :

*Budaya digital; Kreativitas;
Kinerja Karyawan*

Mengutip ini sebagai

Efawati, Y. (2024). Peran budaya digital dan kreativitas terhadap kinerja karyawan: Apakah krusial bagi perusahaan? *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 17(2), 139–150

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memverifikasi peran budaya digital dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui kreativitas sebagai mediator. Data dari 228 responden perusahaan milik negara di Bandung dianalisis dengan regresi linear berganda dan pemodelan persamaan struktural. Hasilnya menunjukkan budaya digital berpengaruh positif terhadap kreativitas dan kinerja karyawan, dengan kreativitas sebagai mediator. Studi ini menyarankan pentingnya lingkungan kerja berbudaya digital untuk mendorong inovasi, produktivitas, dan adaptabilitas, melalui kepemimpinan transformasional serta sarana digital yang memadai.

Abstract

This study aims to verify the role of digital culture in enhancing employee performance through creativity as a mediator. Data from 228 respondents at a state-owned company in Bandung were analyzed using multiple linear regression and structural equation modeling. Results show that digital culture positively influences creativity and employee performance, with creativity acting as a mediator. The study highlights the importance of a digital culture in fostering innovation, productivity, and adaptability, supported by transformational leadership and adequate digital infrastructure.

Pendahuluan

Digitalisasi secara umum berpotensi meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, efisiensi, produktivitas, dan inovasi di berbagai bidang, termasuk pendidikan dan bisnis, serta memperluas akses informasi dan mempercepat komunikasi (Hadiono & Santi, 2020; Hidayat & Khotimah, 2019). Bagi karyawan, teknologi digital membantu efisiensi operasional, otomatisasi pekerjaan, dan interaksi dengan pelanggan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Chaniago, 2022; Efawati et al., 2020). Oleh karena itu, transformasi digital sangat penting karena manfaat yang diperoleh tidak hanya berdampak pada kinerja individu, tetapi juga terhadap daya saing perusahaan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan dampak signifikan dari transformasi digital, termasuk peningkatan kapabilitas perusahaan, efisiensi sumber daya manusia, serta perubahan model bisnis dan kinerja karyawan (Indriyani et al., 2023; Kirana et al., 2023; Suryani & Chaniago, 2023). Selain itu, transformasi digital juga mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan melalui pemanfaatan media sosial, analitik, dan platform digital lainnya (Hotimah et al., 2023; Ferdian & Rahmawati, 2019). Penelitian ini mengungkap bahwa budaya digital sangat penting bagi perusahaan karena menjadi kunci untuk meningkatkan produktivitas, inovasi, dan menjaga keunggulan kompetitif. Budaya ini juga berperan dalam memberdayakan dan menarik semua karyawan untuk mengembangkan bakat mereka (Arianto, 2021; Ferdian & Rahmawati, 2019; Patriansah & Dion, 2023). Budaya digital merupakan fondasi nilai dan norma dalam organisasi, sangat penting untuk mendukung penggunaan teknologi secara efektif (Ferdian & Rahmawati, 2019). Contoh budaya digital di perusahaan dapat dilihat dari implementasi remote working, penggunaan email atau bluetooth untuk pengiriman berkas, dan rapat jarak jauh dengan menggunakan aplikasi tertentu.

Transformasi ke arah digitalisasi perlu didukung oleh semua yang terlibat

dalam aktivitas perusahaan, baik dari segi kapabilitas individu maupun dukungan moral dan material dari perusahaan. Penelitian oleh Meika (2023) membuktikan bahwa meskipun ada upaya untuk bertransformasi, budaya digital masih belum sepenuhnya terbentuk. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya sumber daya manusia yang kompeten, keterbatasan anggaran, dan keterbatasan sarana prasarana. Selain itu, perusahaan harus memperbarui ekspektasi kinerja dan jadwal kerja, serta melaksanakan program peningkatan keterampilan digital untuk mendorong kreativitas dalam proses pembelajaran berkelanjutan (Esthi, 2020; Paulus & Hermanto, 2022). Dalam konteks ini, budaya digital dapat dilihat dari dua sisi, yaitu perspektif karyawan dan perspektif perusahaan. Kepemimpinan digital yang berorientasi pada inovasi, kolaborasi, dan adaptabilitas pada akhirnya akan mendorong karyawan untuk memberikan kinerja terbaik mereka (Ferdian & Rahmawati, 2019; Novianti et al., 2024).

Meskipun budaya digitalisasi dapat memengaruhi kinerja individu, dampaknya mungkin tidak langsung. Selain itu, transformasi digitalisasi saja sebagai budaya untuk memprediksi kinerja tidaklah cukup. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa digitalisasi yang membentuk budaya meningkatkan kreativitas dan ide-ide baru (Ivanov & Glaeske, 2023). Misalnya, bagian marketing yang mempromosikan produk menggunakan media sosial, situs web dan platform e-commerce memungkinkan jangkauan pasar lebih luas dan terbukti meningkatkan volume penjualan (Adiyono et al., 2021). Lebih jauh, kreativitas dapat meningkatkan keterampilan individu untuk mempromosikan atau mengimplementasikan ide-ide baru dan pemikiran inovatif. Beberapa penelitian menemukan bahwa kreativitas memiliki dampak positif pada kinerja individu (Hur et al., 2016; Yee et al., 2014), namun sebagian besar dibahas dari tingkat organisasi serta peran mediator kreativitas masih kurang dieksplorasi. Penelitian ini akan mengeksplorasi peran mediasi

keaktivitas antara budaya digital dan kinerja individu karyawan. Selain itu, belum ada penelitian yang menggabungkan ketiga variabel tersebut dengan menyertakan variabel kontrol serta menjelaskan bagaimana mereka saling berinteraksi.

Kerangka Teoritis dan Hipotesis

Teori mediasi teknologi ditemukan oleh Ihde (2009) yang membahas bagaimana hubungan antara manusia dan teknologi dengan fokus pada pengalaman dan persepsi. Dalam konteks ini, teknologi digital dapat memediasi hubungan antara strategi bisnis dan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui peningkatan laba, kualitas layanan, kualitas produk, dan pencapaian target produksi. Dalam praktiknya, teknologi digital bersifat dinamis dan terus berkembang, memberikan kemudahan serta manfaat bagi penggunaannya (Armiani et al., 2021; Armiani & Nursansiwati, 2023).

Budaya digital karyawan dan kreativitas

Budaya digital adalah konsep yang mencakup digitalisasi sumber daya yang ada serta pembuatan materi yang secara khusus dirancang untuk diseminasi elektronik (Kateryna, 2024). Contohnya, perpustakaan digital memanfaatkan teknologi dan alat untuk mengelola, menyimpan, dan mendistribusikan informasi dalam berbagai format sesuai dengan kebutuhan pengguna. Salah satu tantangan utama dalam penerapan teknologi digital adalah kesenjangan digital yang merujuk pada ketidaksetaraan akses terhadap sumber daya dan teknologi digital sehingga menghambat perkembangan transformasi digital dan budaya digital itu sendiri (Toya, 2023; Zulkarnain & Sembiring, 2022).

Budaya digital merupakan salah satu dari empat komponen literasi digital, meliputi kemampuan menggunakan teknologi digital, etika digital, dan literasi keamanan digital (Lu et al., 2023). Literasi digital sebaiknya tidak dianggap sebagai satu jenis literasi saja, melainkan terdiri dari berbagai tingkatan, termasuk kompetensi digital, penggunaan digital, dan transformasi digital. Hingga saat ini, belum

ada kesepakatan baku yang digunakan para ahli dalam mendefinisikan literasi digital (Jadidah et al., 2023; Nugraha, 2022; Putri et al., 2024). Dalam kaitannya dengan budaya digital karyawan, ia bisa diterjemahkan bagaimana organisasi menggunakan teknologi untuk mendukung fungsi bisnisnya. Ini melibatkan kemampuan karyawan dalam digitalisasi serta elemen-elemen seperti budaya digital organisasi, konten dan informasi, riset dan inovasi, komunikasi, belajar-mengajar, dan infrastruktur TIK. Pengalaman digital karyawan juga melibatkan kombinasi antara teknologi, gaya kerja dan budaya serta kemampuan karyawan untuk menggunakan teknologi digital di tempat kerja (Tamara et al., 2022).

Konsep budaya digital untuk perusahaan adalah keahlian, pola pikir dan budaya berbasis digital yang diperlukan agar organisasi dapat bertransformasi secara digital. Hal ini mengerucut pada penggunaan teknologi digital oleh organisasi (Hadiono & Santi, 2020; Ismail & Nugroho, 2022). Penjelasan ini menggambarkan bahwa budaya digital perusahaan lebih luas termasuk budaya digital karyawan dan aspek-aspek pendukungnya. Isu utama penelitian ini adalah budaya digital di level individu karyawan, maka penjelasannya lebih fokus bagaimana budaya digital dapat meningkatkan kinerja karyawan. Secara teoritis dan hasil penelusuran referensi, terdapat beberapa indikator pengukuran budaya digital, seperti inovasi, pengambilan keputusan berdasarkan data, penggunaan teknologi digital, dan komitmen karyawan dalam menggunakan teknologi digital. Indikator lain adalah penggunaan media sosial dan aplikasi obrolan online untuk pertukaran informasi yang cepat serta kemudahan dalam pembelajaran produk dan pemberian layanan kepada pelanggan. Nampaknya belum ada kesepakatan para ahli tentang indikator utama untuk mengukur budaya digital karyawan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini mengartikan budaya digital karyawan sebagai kemampuan dan kebiasaan karyawan dalam memanfaatkan berbagai teknologi digital, seperti internet,

perangkat elektronik dan media sosial untuk menyelesaikan tugas dengan efisien. Indikator yang digunakan untuk mengukur budaya digital ini mencakup gaya kerja, pemanfaatan teknologi digital, penggunaan alat, kemampuan menerapkan teknologi, komunikasi digital, kolaborasi di media sosial, adaptasi yang cepat, kepemilikan peralatan digital, penggunaan internet, dan layanan digital.

Budaya digital karyawan untuk perusahaan adalah kunci untuk transformasi digital perusahaan dan meningkatkan kreativitas serta inovasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan (Ferdian & Rahmawati, 2019). Riset-riset terdahulu menyimpulkan bahwa individu yang terbiasa mengerjakan tugas dengan bantuan teknologi digital tertentu lebih cenderung mudah beradaptasi melalui solusi dan ide-ide kreatif (Oldham & Da Silva, 2015; Stofberg et al., 2021). Jadi, ketika seseorang terbiasa melakukan pekerjaan dengan teknologi tertentu, ia cenderung kreatif secara tersurat maupun tersirat. Menurut Bruno & Canina (2019), digitalisasi sangat terkait dengan proses kreativitas. Karyawan bekerja menggunakan teknologi digital dapat memicu kreativitas individu maupun tim, seperti desain gambar yang menarik dan bergerak, mengelola data dalam jumlah banyak secara cepat atau melakukan promosi penjualan yang bisa dijangkau secara luas melalui beberapa media sosial (Zhu et al., 2022; Holford, 2019). Studi empiris oleh Karakaya & Demirkan (2015) menunjukkan bahwa budaya digital memiliki dampak positif pada kreativitas individu dan tim dalam lingkungan digital kolaboratif. Demikian pula, Öngel et al. (2023) membuktikan bahwa pimpinan di beberapa generasi, mendorong digitalisasi dan menginspirasi karyawan dalam bekerja secara efisien, berhubungan positif dengan tingkat kreativitas. Singkatnya, kreativitas individu dapat meningkat ketika mereka didorong berteknologi dalam bekerja dengan sarana dan prasarana yang sangat mendukung. Berdasarkan argumen tersebut, kami mengajukan hipotesis berikut:

H1: Budaya digital berpengaruh positif dengan kreativitas individu

Kreativitas individu dan kinerja karyawan

Penelitian ini menggunakan teori kontingensi kepemimpinan (*Contingency Leadership Theory*) dari Fiedler. Teori ini digunakan karena karyawan sangat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan. Jika pemimpin menunjukkan perilaku yang menggunakan teknologi digital dalam bekerja, maka karyawan pun akan cenderung mengikuti dan melakukan hal yang sama. Teori ini dianggap lebih tepat untuk mengubah budaya kerja manual menjadi budaya digital. Teori kinerja karyawan mencakup aspek kuantitas, kualitas, ketepatan waktu, kehadiran, dan kemampuan untuk bekerja sama. Evaluasi kinerja merupakan penilaian terhadap pelaksanaan tugas individu atau kelompok dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Ainanur & Tirtayasa, 2018). Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dinilai dari segi kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang individu dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan, berdasarkan persyaratan pekerjaan (Hadiansyah & Yanwar, 2015; Putri & Ratnasari, 2019). Kinerja ini mencerminkan tingkat efektivitas dan efisiensi seseorang dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan, serta menunjukkan bagaimana karyawan memenuhi tujuan pekerjaan mereka sesuai dengan standar dan ekspektasi yang telah ditentukan.

Kreativitas mengacu pada proses menghasilkan ide-ide baru yang diimplementasikan menjadi inovasi (Amabile & Pratt, 2016; Yusuf, 2009). Menurut teori pembelajaran sosial dari Blau, norma timbal balik merupakan salah satu komponen utama kode moral dalam sistem sosial, yang berarti bahwa individu yang terlibat dalam kreativitas menghasilkan harapan bahwa kontribusinya akan dibalas di masa mendatang. Secara khusus, dengan berperilaku kreatif, individu dapat mempelajari dan menggabungkan kembali berbagai jenis pengetahuan, dan mungkin lebih mampu menerjemahkan ide-ide baru menjadi inovasi (Mura et al., 2013). Oleh karena itu, kreativitas merupakan faktor utama yang

memengaruhi dan menjadi prasyarat untuk meningkatkan kinerja melalui inovasi-inovasi yang dihasilkan (Dul & Ceylan, 2014). Sama halnya dengan studi yang dilakukan oleh Yee et al. (2014) mengungkapkan bahwa iklim organisasi untuk kreativitas telah diakui secara luas memengaruhi berbagai hasil kerja seperti inovasi dan produktivitas karyawan. Oleh karena itu, kreativitas individu dapat menghasilkan ide, konsep, proses, atau produk baru, dan selanjutnya memfasilitasi kinerja pekerjaannya secara keseluruhan. Berdasarkan argumen ini, kami mengusulkan hipotesis kedua:

H2: Kreativitas individu berpengaruh positif dengan kinerja karyawan

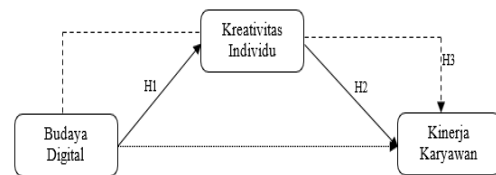
Peran kreativitas individu sebagai pemediasi

Kreativitas berdampak pada kinerja karyawan (Dul & Ceylan, 2014), namun kreativitas individu juga dipengaruhi oleh interaksi dan lingkungan kerja, seperti ketersediaan internet, tim kerja yang mendukung serta atasan yang selalu mendorong menggunakan teknologi dalam bekerja (Amabile, & Pratt, 2016). Dengan demikian, kreativitas individu dapat memainkan peran mediasi dalam hubungan budaya digital dan kinerja karyawan. Seperti yang dikonfirmasi Martínez et al. (2020), budaya digital dapat meningkatkan kecerdasan individu dan menjadi sumber baru pengembangan aktivitas nilai. Dengan mengembangkan kreativitas ini, perusahaan dapat merespons ancaman dengan lebih baik, memanfaatkan peluang inovasi dengan menciptakan nilai dari perangkat digital. Demikian pula, Shin et al. (2023) menunjukkan bahwa budaya digital dapat meningkatkan kapabilitas digital individu, seperti kecepatan dalam proses data, pemanfaatan fitur-fitur menarik dari suatu aplikasi, merangsang pemikiran kreatif individu, dan kemudian meningkatkan inovasi. Selain itu, ketika karyawan menerima budaya digital, ia termotivasi untuk bekerja kreatif serta bersedia mendiskusikan dengan sesama rekan kerja untuk sesuatu yang mengarah kepada kinerja inovasi (Marwa & Ichsan, 2024). Dengan demikian, kami memprediksi budaya digital berdampak pada kreativitas

individu yang selanjutnya memengaruhi kinerja karyawan. Dengan mempertimbangkan harapan ini, kami mengusulkan hipotesis berikut:

H3: Kreativitas individu memediasi hubungan antara budaya digital dan kinerja karyawan.

Berdasar dari penjelasan hubungan ketiga variabel, kami merangkum kerangka teoritisnya dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model kerangka teoritis

Metode

Penelitian ini menggunakan metode survey explanatory dengan pendekatan kuantitatif, ditujukan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga bisa dipahami mengapa dan bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lain (Chaniago et al., 2023; Saunders et al., 2019). Sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan model persamaan struktural dalam software AMOS. Regresi linier berganda bertujuan untuk memodelkan hubungan tersebut dalam bentuk persamaan linier yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel endogen berdasarkan dua atau lebih variabel eksogen (Sugiyono, 2021; Wooldridge, 2016).

Objek Penelitian dan Jumlah Sampel

Objek penelitian adalah budaya digital karyawan, kreativitas individu dan kinerja karyawan sebuah perusahaan milik pemerintah. Perusahaan ini bergerak dibidang penyediaan energi untuk masyarakat. Lokasi perusahaan berada di Kota Bandung, Indonesia. Untuk menjaga privasi, maka nama perusahaan tidak disebutkan. Penelitian ini dilaksanakan pada September 2023-November 2023. Total populasi berjumlah 245 orang. Semua

populasi dijadikan sampel, namun data yang terkumpul hanya berjumlah 228 orang, sehingga total sampel yang layak diolah adalah 228 orang. Teknik mendapatkan sampel menggunakan kuesioner dan diingatkan via media sosial. Kuesioner terdiri dari 30 item pernyataan, dengan 10 pernyataan diwakili variabel budaya digital karyawan, 10 pernyataan diwakili kreativitas individu dan 10 pernyataan diwakili variabel kinerja karyawan. Tiap item pernyataan diukur menggunakan skala Likert's 1 s.d 5 yang dapat diinterpretasikan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Sebelum menyebarkan kuesioner, dilakukan uji coba pada 30 calon responden untuk memastikan keabsahan alat ukur. Pertanyaan dianggap valid jika memiliki korelasi dengan total skor > 0.3 (Chaniago et al., 2023; Sugiyono, 2021), dan data dinyatakan layak jika nilai Cronbach's alpha > 0.7 (Hair et al., 2010). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item memiliki korelasi > 0.5 dan nilai Cronbach's alpha > 0.7 , menandakan bahwa seluruh alat ukur valid dan cocok digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Konsep dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item pertanyaan		
1	Budaya digital adalah kemampuan dan kebiasaan karyawan menggunakan berbagai teknologi digital seperti internet, perangkat elektronik, sosial media dan lainnya untuk menyelesaikan pekerjaannya secara efisien.	Gaya kerja	1		
		Penggunaan peralatan digital	2, 3		
		Kemampuan menerapkan teknologi digital	4, 5		
		Kolaborasi via sosial media	6, 7		
		Peralatan digital yang dimiliki	8		
		Frekuensi penggunaan internet	9		
		Pelayanan digital	10		
		2	Kreativitas individu adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide-ide baru, solusi, atau karya yang orisinal.	Kemampuan mengeksplorasi ide	11, 12
				Frekuensi inovasi	13, 14
				Partisipasi dalam berkolaborasi	15, 16
Resiliensi terhadap kegagalan	17				
Pengembangan konten digital	18, 19				
Keterlibatan dalam proyek inovatif	20				
3	Kinerja karyawan adalah pencapaian seseorang dalam menjalankan tugasnya			Kuantitas hasil kerja	21, 22
		Kualitas hasil kerja	23		
		Ketepatan waktu	24, 25		
		Kreativitas	26, 27		
		Disiplin	28, 29		
		Kerjasama	30		

Sumber: Kompilasi literatur, 2024

Hasil dan Pembahasan

Validitas konstruk dan analisis reliabilitas

Data-data yang diperoleh dari lapangan, sebelum dipakai untuk menguji hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS dan AMOS V23. Kami menggunakan analisis faktor eksplorasi untuk menilai tindakan yang dilakukan. Tiap indikator diuji untuk reliabilitas dan validitas serta nilai α Cronbach setidaknya sama dengan 0.5 dan lebih besar dari 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994). Tabel 2 menunjukkan

nilai average variance extract (AVE) tiap variabel adalah lebih besar dari 0.5, sehingga validitasnya terpenuhi. Sama halnya dengan nilai construct reliability (CR) tiap variabel adalah lebih besar dari 0.7, sehingga reliabilitasnya juga terpenuhi. Sementara nilai α Cronbach berkisar antara 0.903 hingga 0.920. Dengan demikian tiap variabel dan indikator yang diuji memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Model Pengukuran Konsistensi Internal

Variabel	Validitas Ekstrak (AVE >0.5)	Konstruksi Reliabilitas (CR >0.7)	Cronbach α value (>0.7)	Jumlah item
Budaya digital	0.60	0.84	0.903	10
Kreativitas Individu	0.59	0.87	0.917	10
Kinerja Karyawan	0.62	0.91	0.920	10

Sumber: Hasil olah data, 2024

Informasi pada Tabel 2, nilai validitas dan reliabilitas $> 0,5$ untuk semua variabel, memberikan gambaran bahwa data yang diperoleh dari lapangan layak digunakan. Sementara Tabel 3 menyajikan data demografi responden sebagai variabel kontrol. Hasil menunjukkan bahwa jenis kelamin pria merupakan mayoritas responden (86%), sedangkan untuk rata-rata pendidikan adalah setingkat SMA (75%), mayoritas usia berada pada rentang 26-45 tahun (33%) dan masa kerja antara 5-15 tahun (54%).

Tabel 3. Demography Responden

Demography	Kategori	Responden	
		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	195	86
	Wanita	33	14
Pendidikan	SMP/ sederajat	12	5
	SMA/SMK	170	75
	D3	21	9
	S1	25	11
Usia	<26 tahun	32	14
	26-35	75	33
	36-45	66	29
	>45	55	24
Masa kerja	< 5 tahun	44	19
	5-15 tahun	122	54
	>15 tahun	62	27

Sumber: Hasil olah data, 2024

Konvergen dan diskriminan analisis validitas

Analisis faktor konfirmatori dilakukan untuk menganalisis validitas konvergen dan diskriminan semua konstruksi dengan menerapkan model persamaan struktural dengan Amos 23.0. Kami menguji model pengukuran yang mencakup budaya digital, kreativitas individu dan kinerja karyawan. Secara umum, nilai sama atau di atas 0,90 untuk CFI dan TLI dan nilai di bawah 0,08 untuk

RMSEA menunjukkan kecocokan yang baik antara model yang diusulkan dan data yang diamati (Bagozzi & Yi, 1988). Hasil uji pengukuran dengan $X^2(201) = 814.546$ ($p \geq 0.05$), $RMSEA = 0,067$, $CFI = 0,907$, $TLI = 0,899$, menunjukkan bahwa kecocokan model yang diusulkan dapat diterima dan semua pemuatan faktor dari konstruk laten atau variabel adalah signifikan.

Statistik deskriptif

Tabel 4 memberikan data means, standard deviations dan correlations untuk semua variabel penelitian termasuk variabel kontrol. Konsisten dengan prediksi penelitian bahwa, budaya digital berkorelasi positif dengan kreativitas individu ($r = .606$; $p < 0.01$) dan kinerja karyawan ($r = .552$; $p < 0.01$), sementara kreativitas individu berkorelasi positif dengan kinerja karyawan ($r = .683$; $p < 0.01$). Lebih lanjut budaya digital tidak berhubungan dalam hal jenis kelamin, usia dan masa kerja ($r = -.090$, ns; $r = -.176$, ns dan $r = -.196$, ns). Sedangkan pendidikan memiliki korelasi signifikan dengan budaya digital ($r = .104$; $p < 0.05$). Dari Tabel 4 terlihat bahwa variabel kontrol jenis kelamin, usia dan masa kerja tidak berhubungan dengan budaya digital. Artinya, variabel jenis kelamin, usia maupun lamanya seseorang bekerja tidak berperan dalam menentukan bagaimana individu berinteraksi dengan atau terlibat dalam budaya digital. Sedangkan pendidikan berhubungan signifikan dengan budaya digital. Maknanya, semakin tinggi tingkat pendidikan individu semakin tinggi pula keterlibatan dan peran mereka dengan budaya digital.

Tabel 4. Mean, standar deviasi dan korelasi

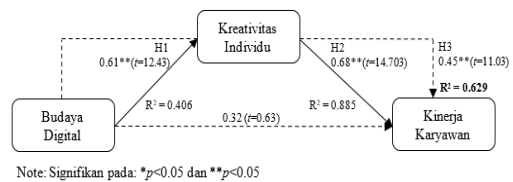
Variabel	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7
1. Jenis kelamin	1.14	.353	1.00						
2. Pendidikan	2.26	.716	.061	1.00					
3. Usia	2.63	1.00	-.014	.709**	1.00				
4. Masa Kerja	2.08	.687	.059	.701**	.893**	1.00			
5. Budaya digital	4.031	.681	-.090	.104*	-.176	-.196	1.00		
6. Kreativitas individu	3.579	.705	-.065	.121	.250**	-.216	.606**	1.00	
7. Kinerja karyawan	3.447	.680	-.030	.070	.190**	-.149	.552**	.683**	1.00

Notes: n=228. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk menguji H1-H3. Penyajian Gambar 2 menunjukkan hipotesis yang terkait serta koefisien jalur yang

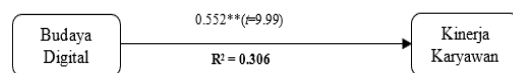
diestimasi dan nilai-*t* (nilai-*t* koefisien jalur yang lebih besar dari 1.96 signifikan pada $p < 0.05$; dan nilai-*t* koefisien jalur yang lebih besar dari 2.58 signifikan pada $p < 0.01$). Hasil uji menunjukkan bahwa budaya digital memiliki efek positif dan signifikan ($\beta = 0.61$; $t = 12.43$; $p < 0.01$) pada kreativitas individu, sehingga H1 diterima. Selain itu, Gambar 2 juga menginformasikan bahwa kreativitas individu memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja karyawan ($\beta = 0.68$; $t = 14.703$, $p < 0.01$), sehingga H2 diterima. Untuk menganalisis efek mediasi kreativitas individu pada hubungan antara budaya digital dan kinerja karyawan (H3), kami melakukan analisis model bersaing (Pe´rez-Lo´pez and Alegre, 2012) menggunakan dua model berbeda untuk setiap kinerja karyawan.



Gambar 2. Model struktural mediasi

Model pertama menguji hubungan kreativitas individu yang bertindak sebagai mediator (Gambar 2). Model kedua menguji hubungan langsung antara budaya digital dan kinerja karyawan (Gambar 3). Efek mediasi kreativitas individu pada hubungan antara budaya digital dan kinerja karyawan dikatakan didukung ketika:

- ada hubungan yang signifikan antara budaya digital dan kreativitas individu serta kreativitas individu dan kinerja karyawan;
- variabel mediator dimasukkan pada hubungan antara budaya digital dan kinerja karyawan (Gambar 2) namun nilai hubungan menjadi berkurang tetapi masih signifikan.



Gambar 3. Model struktural langsung

Model pengukuran pertama (Gambar 2) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara budaya digital, kreativitas individu dan kinerja karyawan dalam model mediasi secara utuh. Sedangkan model ke-dua (Gambar 3) didapat hasil bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara budaya digital dan kinerja karyawan ($\beta= 0.552$; $t=9.99$, $p<0.01$), tetapi hubungan ini menurun pada model pertama ($\beta=0.32$, $t=0.63$). Hal ini mengonfirmasi efek mediasi kreativitas individu pada hubungan antara budaya digital dan kinerja karyawan, sehingga $H3$ diterima. Dengan demikian, model pengukuran pertama memberikan penjelasan lebih baik tentang pengaruh (R^2) budaya digital terhadap kinerja karyawan dibanding dengan model kedua (.629 vs .306). Artinya kreativitas individu memiliki peran sebagai mediator dalam hubungan budaya digital dan kinerja karyawan.

Tabel 5. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit* Model Pengukuran

Kriteria	Nilai Kritis (Cut of value)	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (χ^2)	Sekecil mungkin	814.546	Marginal fit
Probability (P)	≥ 0.05	0.019	Good Fit
Degree of freedom (Cmin/ df)	≤ 2.00	1.826	Good fit
Root mean square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.067	Good fit
Goodness of fit index (GFI)	≥ 0.90	0.857	Marginal fit
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.888	Marginal fit
Comparative fit index (CFI)	≥ 0.95	0.907	Marginal fit
Tucker-Lewis indeks (TLI)	≥ 0.95	0.899	Marginal fit

Tabel 5 merupakan evaluasi model pengukuran kinerja karyawan untuk menganalisis kesesuaian absolut dalam interval yang tepat. Dari hasil evaluasi menunjukkan bahwa kecocokan model yang diusulkan dapat diterima dan semua pemuatan faktor dari konstruk laten atau variabel adalah signifikan. Selanjutnya Tabel 6 merangkum hasil analisis kesesuaian model struktural langsung dan tidak langsung yang diajukan.

Tabel 6. Rangkuman hasil uji hipotesis

Hipotesis	Jalur	R^2	β	SE	CR	P	Kesimpulan
H1	BD \rightarrow KI	0.41	0.60	0.132	1.113	0.009	Diterima
H2	KI \rightarrow KK	0.89	0.68	0.107	2.401	0.001	Diterima
H3	BD \rightarrow KI \rightarrow KK	0.629	0.45	0.044	1.175	0.000	Diterima

Penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya digital karyawan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja karyawan. Dari variabel kontrol, penelitian juga menunjukkan bahwa tidak ada hubungan

atau dampak antara usia, pengalaman, jenis kelamin. Sementara pendidikan memiliki dampak terhadap budaya digital karyawan. Ini berarti bahwa seseorang yang berpendidikan lebih tinggi memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam menggunakan teknologi sehingga lebih mudah beradaptasi dengan budaya digital. Selain itu seseorang yang menjalani pendidikan formal seringkali mencakup pelatihan dalam teknologi dan metodologi modern sehingga dapat meningkatkan kesiapan individu untuk berpartisipasi dalam budaya digital.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa membudayakan penggunaan teknologi digital dalam bekerja akan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat penyelesaian pekerjaan. Selain itu budaya digital juga dapat meningkatkan kreativitas sehingga menghasilkan inovasi-inovasi dalam perusahaan. Dampak inovasi yang dihasilkan tidak hanya bagi kinerja individu tetapi juga bagi kinerja perusahaan sehingga lebih berdaya saing. Dalam teori mediasi teknologi juga dijelaskan bahwa sebuah teknologi memediasi manusia dengan kinerjanya. Temuan sebelumnya mengungkapkan bahwa teknologi digital akan meningkatkan kemampuan SDM, kreativitas, produktivitas dan efisiensi di berbagai bidang (Hidayat and Khotimah, 2019; Hadiono and Santi, 2020). Bedanya, penelitian ini mengangkat isu bahwa bila karyawan ingin berkinerja, penggunaan teknologi digital perlu dijadikan budaya dan tidaklah cukup menggunakannya secara temporer saja. Selain itu budaya digital dapat meningkatkan kreativitas karyawan untuk menghasilkan inovasi yang sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Chaniago, 2023; Hidayat & Khotimah, 2019; Hotimah et al., 2023). Sebagai contoh: orang-orang yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital dengan mudah melakukan koordinasi, pengawasan dan komunikasi pekerjaannya tanpa dibatasi oleh jarak. Ini artinya tenaga kerja ahli akan mampu mengelola lingkup pekerjaan yang lebih besar dan luas sehingga menjadi lebih efisien.

Kebiasaan menggunakan teknologi dalam bekerja sehingga menjadi budaya digital, diperlukan dorongan dan rekayasa dari pimpinan. Pimpinan yang mendorong karyawan bertransformasi digital dan berperilaku digital akan mudah menciptakan lingkungan kerja yang berbudaya digital (Novianti et al., 2024; Ferdian and Rahmawati, 2019). Budaya digital sangat penting dalam memberdayakan dan mengembangkan bakat karyawan termasuk kreativitas (Arianto, 2021; Ferdian & Rahmawati, 2019; Patriansah & Dion, 2023). Penelitian ini juga mengingatkan bahwa karyawan yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital merupakan aset berharga menjadi orang-orang kreatif yang mudah bertransformasi menggunakan teknologi digital dalam pekerjaannya. Sama halnya dengan gaya kepemimpinan kontingensi yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan memanfaatkan teknologi sehingga diikuti oleh para bawahannya. Kombinasi kedua teori diperlukan (teori mediasi teknologi dan teori kepemimpinan kontingensi) menjadi teori kepemimpinan kontingensi berorientasi digital. Para peneliti juga banyak menjelaskan akan pentingnya teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan (Chaniago, 2023; Hidayat & Khotimah, 2019; Hotimah et al., 2023).

Bagi pimpinan, memahami budaya digital karyawan menjadi sesuatu yang krusial. Mengetahui budaya digital yang terjadi di kalangan karyawan akan mempermudah mencari solusi yang terkait dengan efisien operasional, permasalahan inovasi dan bagaimana cara pemasaran yang tepat. Studi yang dilakukan Paulus and Hermanto (2022) menyarankan agar strategi perusahaan di segala aspek dikaitkan dengan teknologi digital.

Merekayasa pandangan karyawan dan pimpinan agar memiliki perspektif positif pada teknologi digital sangat diperlukan. Rekayasa tersebut harus dimulai dari pucuk pimpinan dan menyebar pada semua karyawan. Ini diprediksi akan mempermudah terciptanya budaya kerja berbasis digital. Dengan demikian,

dalam menciptakan budaya digital di kalangan karyawan, langkah pertama dengan mengubah mindset disemua level pimpinan agar berorientasi digital dan selanjutnya akan diikuti oleh para karyawan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk menyediakan fasilitas utama dalam mendukung terbentuknya budaya digital. Hal ini meliputi penyediaan internet dengan bandwidth yang memadai, perangkat lunak dan aplikasi digital (seperti cloud dan Microsoft Teams), perangkat lunak keamanan siber, ruang kolaborasi digital, ruang komunikasi internal, serta pengaturan pangkalan data yang mudah diakses sesuai dengan tingkat kepentingannya. Selain itu, perusahaan perlu mengintegrasikan media digital yang digunakan dalam jam kerja, menetapkan kode etik digital, dan bersikap terbuka terhadap teknologi baru, termasuk pemanfaatan AI (*Artificial Intelligence*) dalam pencarian informasi.

Kesimpulan

Studi ini menyoroti dampak signifikan budaya digital terhadap kinerja karyawan, dengan kreativitas individu sebagai mediator penting. Sementara faktor demografi seperti jenis kelamin dan usia tidak memengaruhi budaya digital, sedangkan pendidikan tinggi berkorelasi dengan keterlibatan yang lebih besar dalam inisiatif digital. Temuan ini menggarisbawahi perlunya pengembangan teknologi digital di tempat kerja untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi. Namun, efektivitas budaya digital bergantung pada kreativitas karyawan. Artinya karyawan yang memiliki kreativitas lebih tinggi akan mampu memanfaatkan perangkat digital secara lebih efektif, yang mengarah pada peningkatan kinerja. Sebaliknya, tanpa kreativitas, manfaat budaya digital mungkin terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kepemimpinan yang mendukung transformasi digital dan mengadopsi pendekatan berbasis kontingensi untuk mendorong kreativitas di lingkungan kerja berbudaya digital.

Beberapa saran yang dapat memperdalam pemahaman mengenai peran budaya digital dalam meningkatkan kinerja. Pertama, dalam rangka membangun budaya

digital di tempat kerja, perusahaan perlu menyediakan infrastruktur teknologi yang memadai. Kedua, diperlukan gaya kepemimpinan yang memotivasi karyawannya untuk bertransformasi digital sehingga meningkatkan kreativitas individu pengikutnya. Ketiga, penelitian ini hanya fokus pada budaya digital dan kreativitas individu sebagai prediktor kinerja karyawan. Oleh karena itu untuk penelitian masa depan dapat mempertimbangkan jenis variabel lain atau menyertakan variabel moderator agar lebih menarik dan mendapatkan analisis secara komprehensif.

Daftar Pustaka

- Adiyono, N. G., Rahmat, T. Y., & Anindita, R. (2021). Digital marketing strategies to increase online business sales through social media. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(2), 31-37.
- Ainanur, A., & Tirtayasa, S. (2018). Pengaruh budaya organisasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan kompetensi. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 1-14.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2234>
- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in organizational behavior*, 36, 157-183.
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan transformasi budaya digital di Indonesia. *Titian Jurnal Ilmu Humaniora.*, 5, 233-250.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22437/titian.v5i2.15309>
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 5(3), 300-320.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24034/j25485024.v2021.v5.i3.4892>
- Armiani, A., & Nursansiwati, D. A. (2023). Peran Teknologi Digital Memediasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM di Nusa Tenggara Barat. *Digital Transformation Technology* 3(1).
<https://doi.org/10.47709/digitech.v3i1.2604>
- Bandura, A. (1989). Human Agency in Social Cognitive Theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184.
- Bruno, C., & Canina, M. (2019). Creativity 4.0. Empowering creative process for digitally enhanced people. *The Design Journal*, 22(sup1), 2119-2131.
- Chaniago, H. (2022). The effect innovation cloning to small business success: entrepreneurial perspective. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(52), 1-18.
<https://doi.org/10.1186/s13731-022-00245-0>
- Chaniago, H. (2023). Investigation of Entrepreneurial Leadership and Digital Transformation: Achieving Business Success in Uncertain Economic Conditions. *Journal of Technology Management & Innovation*, 18(2), 18-27.
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242023000200018>
- Chaniago, H., Muharam, H., & Efawati, Y. (2023). Business Research Methods and Modeling (Metode Riset Bisnis dan Permodelan, in Indonesian. Edukasi Riset Digital, PT.
- Dul, J., & Ceylan, C. (2014). The Impact of a creativity-supporting work environment on a firm's product innovation performance. *Journal of Product Innovation Management*, 31(6), 1254-1267.
- Efawati, Y., Ahman, E., Disman, Kusnendi, & Chaniago, H. (2020). The Effect of Entrepreneurial Leadership on Firm Innovation Through Innovative Work Behavior. *Advances in Economics, Business and Management Research Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, Bandung, Indonesia.
- Esthi, R. B. (2020). Strategi Sumber Daya Manusia di Masa Pandemi dan New Normal Melalui Remote Working Employee Productivity Dan Upskilling For Digital. *JPM:Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 22-24.
<https://doi.org/http://www.djournals.com/jpm/article/view/6>
- Ferdian, A., & Rahmawati, A. (2019). Pengaruh budaya digital terhadap kinerja karyawan di Yayasan pendidikan Telkom. *Journal of Management and Business Review*, 16(2), 129-148.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i2.153>
- Hadiansyah, A., & Yanwar, R. P. (2015). Pengaruh etos kerja terhadap kinerja karyawan PT. AE. *Jurnal AlAzhar Indonesia Seri Humaniora*, 3(2), 150-158.
<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SH/article/view/204>

- Hadiono, K., & Santi, R. C. N. (2020). Menyongsong transformasi digital. *Proceeding SENDIU*.
- Hidayat, N., & Khotimah, H. (2019). Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar*, 2(1), 10-15. <https://doi.org/DOI:10.55215/jppguseda.v2i1.988>
- Hotimah, H., Ambarwati, D., Mufarrohah, M., Muttaqin, A., & Anshori, M. I. (2023). Manajemen Kinerja Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 01–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.333>
- Holford, W. D. (2019). The future of human creative knowledge work within the digital economy. *Futures*, 105, 143-154.
- Hur, W. M., Moon, T., & Rhee, S. Y. (2016). Exploring the relationships between compassion at work, the evaluative perspective of positive work-related identity, service employee creativity, and job performance. *Journal of Services Marketing*, 30(1), 103-114.
- Ihde, Don. (2009). *Postphenomenology and Technoscience: The Peking University lectures*. Suny Press.
- Indriyani, R., Maulidah, R., Firmansyah, A., Wandagu, N. A., & Anshori, M. I. (2023). Digital Organizational Transformation and Employees: How the company's shift towards digital impacts the roles and skills of employees. *Journal of Management Specialists*, 1(2), 71-80. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/JMS/article/view/89>
- Ismail, D. H., & Nugroho, J. (2022). Kompetensi Kerja Gen Z di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1300-1307.
- Ivanov, A. V., & Glaeske, R. (2023). Creativity & Innovation in a Digital Workplace Culture: Multiple case-study research about establishing a digital workplace culture that fosters innovation and creativity.
- Jadidah, I. T., Rahayu, A., Bella, H. S., Julinda, J., & Anggraini, T. W. (2023). Pengaruh Media Digital Terhadap Sosial Budaya Pada Anak Usia Sekolah. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(03).
- Karakaya, A. F., & Demirkan, H. (2015). Collaborative digital environments to enhance the creativity of designers. *Computers in Human Behavior*, 42, 176-186.
- Kateryna, Darovanets. (2024). The digital era: from transformation of culture to changes in its popularization. *Kul'turoloġičnij al'manah*, 344-350. doi: 10.31392/cult.alm.2024.2.42
- Kirana, A. Y., Saifudin, M., Mukhlisin, M. M., Fatmawati, N., & Ansori, M. I. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis : Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Lu, G., Chen, T., & Ding, J. (2023). Research on the Construction of Digital Literacy Framework for Citizens—Comparative Analysis Based on Five International Digital Literacy Frameworks. *Frontiers in Educational Research*, 6(30).
- Marwa, T., & Ichsan, M. (2024). Mindfulness and Employee Performance: Mediating Role of Employee Creativity. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(9), e07054-e07054.
- Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G., & Alfonso-Ruiz, F. J. (2020). Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture. *Technological Forecasting and Social Change*, 154, 119962.
- Meika, P. S. (2023). Digital leadership di masa pandemi COVID-19 (Studi pada MUSRENBANG Kota Bandar Lampung).
- Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G., & Spiller, N. (2013). Promoting professionals' innovative behaviour through knowledge sharing: the moderating role of social capital. *Journal of Knowledge Management*, 17(4), 527-544.
- Novianti, R., Rahardja, S. u. J., Muhyi, H. A., & Purbasari, R. (2024). Urgensi Learning Organization dengan Peran Kepemimpinan Digital dan Penerapannya sebagai Budaya Organisasi. *Jurnal Usaha*, 5(1), 8-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/juuk.v5i1.2516>
- Nugraha, D. (2022). Literasi digital dan pembelajaran sastra berpaut literasi digital di tingkat sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 6 No 6 Page: (6), 9230-9244. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i6.3318>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (Third Edit). New York, USA: McGraw-Hill, Inc. Retrieved from https://books.google.com/books?id=_6R_f3G58JsC&pgis=1
- Oldham, G. R., & Da Silva, N. (2015). The impact of digital technology on the generation and implementation of creative

- ideas in the workplace. *Computers in human behavior*, 42, 5-11.
- Öngel, V., Günşel, A., Gençer Çelik, G., Altındağ, E., & Tatlı, H. S. (2023). Digital Leadership's Influence on Individual Creativity and Employee Performance: A View through the Generational Lens. *Behavioral Sciences*, 14(1), 3.
- Patriansah, M., & Dion, K. (2023). Analisis Prinsip Desain Logo PAL TV Dalam Perspektif Budaya Digital. *Jurnal SASAK Desain Visual Dan Komunikasi*, 5(2), 93-102.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30812/sasak.v5i2.3435>
- Paulus, A. L., & Hermanto, Y. B. (2022). Manajemen Strategi Tinjauan Perumusan Dan Penerapan Strategi. PT Kanisius.
- Putri, N. R., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan Sri, and Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asuransi Takaful Batam. *Jurnal Akuntansi Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. 7(1), 48-55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i1.1083>
- Putri, R. A., Fitri, N. A. A., & Syamsir, S. (2024). Pengaruh globalisasi digital terhadap budaya di Sumatera Barat. *Triwikrama Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 3(9), 32-42.
<http://ejournal.warunayama.org/index.php/tri wikrama/article/view/3308>
- Putri, S. N., Afriyani, F., & Ulum, M. B. (2024). Pengaruh Budaya Digital Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Fokus Ritel Nusaprima Palembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 1330-1338.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2303>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students* (8th ed.). Pearson Education.
- Shin, J., Mollah, M. A., & Choi, J. (2023). Sustainability and organizational performance in South Korea: The effect of digital leadership on digital culture and employees' digital capabilities. *Sustainability*, 15(3), 2027.
- Stoffberg, L., Strasheim, A., & Koekemoer, E. (2021). Digitalisation in the workplace: the role of technology on employee engagement and creativity teams. In *Agile coping in the digital workplace: Emerging issues for research and practice* (pp. 231-257). Cham: Springer International Publishing.
- Suryani, S., & Chaniago, H. (2023). Digital Literacy and Its Impact on Entrepreneurial Intentions: Studies on Vocational Students. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 16-22.
<https://doi.org/10.61242/ijabo.23.261>
- Tamara, D., Maharani, A., & Mulianita, D. (2022). Kemampuan Digital, Pengalaman Karyawan dan Produktivitas Karyawan di Sektor Perbankan. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(3), 1-7.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3462>
- Toya, J. (2023). Evolusi Perpustakaan Dari Tradisional Ke Digital. *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 56-64.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51278/aj.v5.i2.580>
- Wu, M. S. (2019). Information literacy, creativity and work performance. *Information Development*, 35(5), 676-687.
- Yee, W. F., Pink, L. S., & Sern, M. L. C. (2014). The effect of a psychological climate for creativity on job satisfaction and work performance. *International Journal of Economics and Management*, 8(3), 97-116.
- Yusuf, S. (2009). From creativity to innovation. *Technology in society*, 31(1), 1-8.
- Zulkarnain, M. I., & Sembiring, R. S. R. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Guna Peningkatan Daya Beli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1 (2), 101-108.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i2.519>
- Zhu, J., Zhang, B., Xie, M., & Cao, Q. (2022). Digital leadership and employee creativity: The role of employee job crafting and person-organization fit. *Frontiers in Psychology*, 13, 827057.