



PENGARUH KEPEMIMPINAN DIGITAL PADA KEUNGGULAN BERSAING GENERASI Z JAWA TENGAH

Irfani Zuhurfillah^{a*}, Puspita Lianti Putri^b
Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Luwuh, Indonesia^a
Manajemen, Universitas Harapan Bangsa, Indonesia^b
fannzuh@gmail.com^a, puspita@uhb.ac.id^b

Abstract

Digital Leadership which able to accommodate current digital activities, is one of the variables that can build competitive advantage. The aims of this research is to test the influence of digital leadership in competitive advantage on generation Z. The hypothesis testing method uses simple linear regression because it only has one independent variable, Digital Leadership, which is then tested on the dependent variable, Competitive Advantage. The results obtained show that Digital Leadership has a significant positive influence on Competitive Advantage. In future research, the author suggests that testing needs to add other independent variables, such as innovative work behavior.

Keywords: *Digital Leadership, Competitive Advantage, Gen Z*

Abstrak

Kepemimpinan Digital yang mampu mengakomodasi kegiatan digital saat ini merupakan salah satu variabel yang dapat membangun keunggulan bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh yang diberikan kepemimpinan digital pada keunggulan bersaing yang dimiliki generasi Z. Metode pengujian hipotesis menggunakan regresi linier sederhana karena hanya memiliki satu variabel independen yaitu Kepemimpinan Digital yang kemudian diujikan pada variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing. Hasil didapatkan bahwa Kepemimpinan Digital memiliki pengaruh signifikan positif pada Keunggulan Bersaing. Pada penelitian mendatang penulis menyarankan bahwa pengujian perlu menambahkan variabel independen lain, seperti perilaku kerja inovatif.

Kata Kunci: Kepemimpinan Digital, Keunggulan Bersaing, Gen Z

Diterima Redaksi: 28-06-2024 | Selesai Revisi: 22-07-2024 | Publikasi Online 30-07-2024

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat memaksa seluruh pihak untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Perubahan dapat memberikan efek negatif jika organisasi tidak mempersiapkan dasar-dasar dalam menerima perubahan. Pada tanggal 13 Desember 2023, Pemerintah Indonesia meluncurkan *blueprint* perencanaan jangka panjang dengan tajuk Visi Indonesia Digital 2045 (Tabiya, 2023). Dalam pedoman tersebut dijelaskan bahwa Indonesia akan bersiap untuk berdaya saing dalam teknologi sehingga dapat meningkatkan PDB pada peringkat 5-7 di dunia (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2024). Keadaan tersebut juga didukung dengan peningkatan demografi yang terjadi di masa mendatang.

Ledakan bonus demografi kedua diperkirakan muncul pada tahun 2045 yang mana generasi yang mendominasi kegiatan sosial dan perekonomian adalah Generasi Z ((Effendy, 2023). Gen Z cenderung menginginkan bekerja dengan waktu yang fleksibel serta kemudahan dalam bekerja dimanapun (Deloitte, 2024). Hal tersebut seharusnya menjadi modal utama pertumbuhan *mindset* digital di Indonesi. Tahun 2045 diperkirakan Gen z akan berjumlah sebanyak 70% dengan rentang umur 64 tahun sampai dengan 15 tahun (Oktari, 2021). Sehingga



perusahaan harus memiliki pandangan bagaimana pola berperilaku Generasi Z dalam dunia kerja (Muhamad, 2024).

Indonesia merupakan negara yang memiliki peringkat rendah terkait dengan kesopanan dalam berinteraksi di dunia digital, yaitu peringkat 29 dari 32 negara (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2024). Dengan adanya data tersebut, Indonesia telah mempertimbangkan bahwa peningkatan digitalisasi tidak hanya dalam bidang sarana prasarana namun juga terhadap perilaku penggunaan media digital. Sehingga muncul indeks digital masyarakat, yang mana menjelaskan tentang 4 penilaian pemanfaatan digital, yaitu infrastruktur, keterampilan digital, pemberdayaan dan pekerjaan. Jawa Tengah merupakan provinsi terbaik ke 4 dalam bidang keterampilan digital dimana salah satunya berisi penilaian tentang perilaku masyarakat dalam menggunakan media digital (Aptika, 2024).

Melihat adanya fenomena tentang laju percepatan digital, karakteristik generasi Z dan bonus demografi, Manajemen Sumber daya manusia harus mulai untuk memahami keadaan di masa mendatang. Perkembangan dan adopsi teknologi dalam berbagai sektor telah menyebabkan pergeseran pekerjaan manusia ke otomatisasi. Selain itu, teknologi digital juga berdampak pada berbagai jenis ketidakseimbangan salah satunya adalah kurangnya keahlian sumber daya manusia. Hal tersebut memungkinkan perusahaan akan kehilangan keunggulan bersaing perusahaannya. Dengan demikian penting untuk perusahaan memahami pengaruh dari kepemimpinan digital pada keunggulan bersaing.

TINJAUAN PUSTAKA

Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan 2012 (Deloitte, 2022). Karakteristik Gen Z sangat dipengaruhi internet hingga membuat ketagihan. Gen Z tidak cukup trampil untuk menyelesaikan masalah dan belum mampu menunjukkan kemampuan untuk melihat situasi, menyesuaikan konteks serta melakukan analisis dalam pengambilan keputusan (Sreeja K, 2021). Di lain sisi, Gen Z menjadi sangat terhubung dengan dunia yang tanpa batas, sehingga lingkaran pertemanan, bahasa hingga karir akan terintegrasi secara digital, sehingga generasi ini memungkinkan memiliki banyak pekerjaan dari berbagai belahan dunia (Hidayat et al., 2023)

Dalam Deloitte (2022) dijelaskan bahwa terdapat 9 hal yang menempel erat pada Gen Z, yaitu (1) Gen Z cenderung memilih perusahaan yang sesuai dengan pandangan hidup mereka; (2) Gen Z menginginkan keberagaman dalam organisasi serta peluang wirausaha namun tetap aman dalam bekerja; (3) Gaya bekerja Gen Z menginginkan kebebasan; (4) Nilai inti dari Gen Z fokus pada perusahaan yang benar-benar menerapkan pengelolaan hingga dampak sosialnya; (5) Gen Z juga memprioritaskan keamanan finansial; (6) Gen Z menganalisis kembali biaya yang dikeluarkan untuk edukasi, mempertimbangkan untuk tidak mengambil pinjaman pendidikan; (7) Cara belajar Gen Z juga sangat terpengaruh pada dunia digital karena mereka memilih untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dari platform online (8) Keterikatan Gen Z pada media sosial akan berdampak pada



acara mereka berinteraksi dan dipahami; (9) Gen Z memiliki pandangan berbeda terkait keragaman dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya.

Kepemimpinan Digital

Penelitian Asri dan Darma (2020) menjelaskan bahwa pemimpin digital merupakan pemimpin yang dapat menggunakan teknologi dengan cakap, manajerial, sekaligus mengarahkan talenta-talenta dalam mencapai tujuan. Secara khusus menyeimbangkan keterlibatan sumberdaya manusia dan teknologi. Kepemimpinan digital dapat didefinisikan sebagai sebuah kompetensi pada bidang digital yang harus dimiliki seorang pemimpin agar dapat membawa organisasi berubah menjadi organisasi digital (Purnomo et al., 2021).

Menurut Klein (2020), dimensi dari kepemimpinan digital tidak hanya memimpin organisasi namun juga mengetahui bagaimana organisasi bertransformasi menjadi organisasi digital dan juga mempertahankan organisasi untuk bertahan pada lingkungan digital. Dengan demikian kepemimpinan digital tidak hanya bertanggung jawab pada pencapaian tujuan organisasi namun juga memiliki peran untuk terus merangsang bawahan untuk terus inovatif (Büyükbeşe et al., 2022). Dimensi yang digunakan dalam mengukur kepemimpinan digital adalah *Innovative* dan *Supportive*.

Butir pengukuran pada dimensi *innovative* adalah sebagai berikut : (1) Pemimpin memiliki pandangan yang inovatif; (2) Memiliki kemampuan untuk membentuk dan mengkoordinasikan kelompok secara cepat; (3) Memiliki pengetahuan dan keterampilan digital terbaru dan perubahan digital; (4) Bertindak secara proaktif pada proses perubahan digital pada organisasi; (5) Menyeimbangkan antara area bisnis baru dengan area bisnis yang lama, tren terkini dengan tradisi terdahulu serta inovasi dengan integrasi; (6) Selalu menemukan jalan untuk menarik talenta digital baru untuk organisasi. Selanjutnya pada dimensi *supportive* terdapat pengukuran berupa (1) Memberikan semangat pada pegawai ketika menghadapi kesulitan saat adanya proses perubahan digital; (2) Bertindak sebagai pemandu dan panutan untuk orang-orang yang terlibat dalam proses perubahan digital; dan (3) Fokus pada kesejahteraan karyawan selama perubahan digital (Büyükbeşe et al., 2022).

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan output dari penciptaan nilai organisasi yang tidak mudah ditiru oleh organisasi lain (Sari & Putri, 2022). Dalam sudut pandang lain, keunggulan bersaing merupakan proses unik dan bersifat dinamis, sehingga menyiratkan potensi atau kemampuan perusahaan dalam membangun kembali kompetensi perusahaan sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis (Farhikhteh & Farhikhteh, 2023). Hal tersebut juga mendukung penelitian Sánchez-Hernández et al., (2016), bahwa keunggulan bersaing merupakan kemampuan untuk memperoleh dan mempertahankan posisi perusahaan agar selalu profit dan unggul.

Terdapat 10 indikator yang dapat dipertimbangkan dalam keunggulan bersaing dalam sudut pandang manajemen sumber daya manusia, yaitu (1) Pelatihan dan pemberdayaan; (2) Kemampuan kepemimpinan; (3) Kemampuan pemasaran; (4) Kualitas produk; (5) Kualitas manajemen organisasi; (6) Sumberdaya teknologi; (7) Sistem informasi manajemen; (8) Manajemen



keuangan; (9) Nilai-nilai dan budaya perusahaan; (10) Pengetahuan pasar. Dalam penelitian ini, menggunakan indikator pengukuran dengan dimensi sebagai berikut: (1) Dukungan kepemimpinan; (2) Stabilitas keuangan; (3) Dorongan internal membentuk kekuatan; (4) Inovasi berkelanjutan (Karyono, 2022).

Pengaruh Kepemimpinan Digital dengan Keunggulan bersaing

Keunggulan bersaing menjadi penting untuk perusahaan karena perusahaan butuh untuk menyesuaikan kebutuhan pasar saat ini dengan kemampuan internal maupun eksternal (Xuhua et al., 2019). Kemampuan manajerial merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam meraih keunggulan bersaing. Secara spesifik dijelaskan bahwa kepemimpinan memiliki efek besar pada produktifitas serta keunggulan bersaing dalam perusahaan (Asrarudin, 2023; Nawawi, 2024). Dalam Xuhua et al., (2019) juga dijelaskan bahwa pemanfaatan teknologi dan digitalisasi menjadi penting untuk perusahaan. Terdapat beberapa alasan bagi perusahaan untuk terus menjamin transformasi digital berkelanjutan serta mampu menciptakan nilai baru bagi pelanggan dan pemangku kepentingan perusahaan (Purnomo et al., 2021).

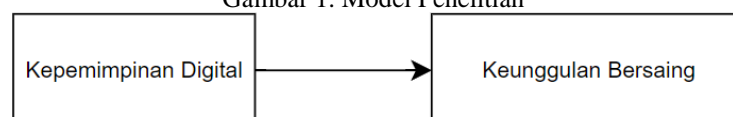
Hal tersebut diperkuat dengan adanya karakteristik pada Gen Z yang mampu beradaptasi dengan cepat pada perkembangan teknologi, serta kecenderungan gen Z yang lebih *fleksibel* dan *innovative* (Wulur & Mandagi, 2023). Dalam membentuk keunggulan bersaing melalui teknologi, perusahaan akan mendapatkan efisiensi dan efektifitas (Xuhua et al., 2019). Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis bahwa perusahaan membutuhkan sebuah kemampuan pemimpin yang mampu mengapasitasi proses transformasi digital serta mampu memberikan semangat kepada bawahannya dalam melalui proses transformasi tersebut. Sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut;

H1. Kepemimpinan Digital berpengaruh secara positif signifikan pada Keunggulan Bersaing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini fokus pada Generasi Z di Jawa Tengah, yang mana pengambilan data dilakukan secara langsung dengan menggunakan kuesioner. Rentang waktu penelitian adalah 3 bulan, dimulai dari bulan Februari sampai dengan April 2024. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut, (1) Berusia 29 tahun - 17 tahun, dan (2) Pernah terlibat dalam sebuah organisasi. Penghitungan sampel menggunakan Hair et al (2018), yang mana terdapat 39 pertanyaan pengukuran, sehingga pada penelitian ini didapatkan 117 responden yang sesuai dengan kriteria tersebut. Teknis analisis data menggunakan regresi linear dengan bantuan SPSS IBM 25.

Gambar 1. Model Penelitian





HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian didapatkan 120 responden, namun terdapat beberapa pertanyaan yang tidak terjawab. Sehingga sesuai dengan perhitungan awal, peneliti menggunakan 117 jawaban responden. Sebanyak 46,1% pengisi kuesioner berasal dari Gen Z yang telah berumur 25 – 29 tahun. Serta sebanyak 60,7% telah bekerja, sehingga penelitian ini sangat sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Tabel 1. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
17-20 tahun	27	23,2%
21-24 tahun	36	30,7%
25-29 tahun	54	46,1%
Total	117	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Tabel 2. Status Pekerjaan

Status	Frekuensi	Persentase
Sudah bekerja	71	60,7%
Belum bekerja	46	39,2%
Total	117	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tiap butir pengukuran pada penelitian ini telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Seluruh butir pengukuran memiliki r hitung diatas 0.195 jumlah responden adalah diatas 100, dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05. Berikut data dari pengujian validitas.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai	Ket	Variabel	Nilai	Ket
KD1_1	.377	Valid	KD7_1	.605	Valid
KD1_2	.503	Valid	KD7_2	.470	Valid
KD1_3	.482	Valid	KD7_3	.556	Valid
KD2_1	.271	Valid	KD8_1	.549	Valid
KD2_2	.447	Valid	KD8_2	.510	Valid
KD2_3	.566	Valid	KD8_3	.477	Valid
KD3_1	.497	Valid	KD9_1	.530	Valid
KD3_2	.591	Valid	KD9_2	.289	Valid
KD3_3	.511	Valid	KD9_3	.439	Valid
KD4_1	.393	Valid	CA1_1	.361	Valid
KD4_2	.626	Valid	CA1_2	.511	Valid
KD4_3	.534	Valid	CA1_3	.412	Valid
KD5_1	.578	Valid	CA2_1	.510	Valid
KD5_2	.393	Valid	CA2_2	.472	Valid
KD5_3	.477	Valid	CA2_3	.559	Valid
KD6_1	.433	Valid	CA3_1	.572	Valid
KD6_2	.665	Valid	CA3_2	.529	Valid
KD6_3	.522	Valid	CA3_3	.554	Valid
			CA4_1	.554	Valid
			CA4_2	.491	Valid
			CA4_3	.486	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Sama halnya dengan uji reliabilitas yang dilakukan pada seluruh butir pengukuran. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh butir pengukuran



dapat memberikan gambaran yang tepat. Pada penelitian terdapat 39 butir pertanyaan, 12 butir terkait pertanyaan keunggulan bersaing dan 27 butir lainnya terkait dengan kepemimpinan digital. Hasil uji mendapatkan nilai Cronbach Alfa lebih dari 0,60, sehingga setiap pertanyaan yang digunakan konsisten (Tabel 4)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	39

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas	<i>Unstandardized Residual</i>	Uji Multikolinieritas	<i>Collinearity Statistics</i>
N	117	Tolerance	1.000
Kolmogorov-Smirnov Z	.701	VIF	1.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	.710		
Uji Heterokedasitas			
Sig.	.547		

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linier, data harus melalui pengujian asumsi klasik sehingga data layak untuk masuk pada proses uji regresi linier. Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas untuk mengetahui distribusi pada data. Menurut Tabel 5, nilai signifikansi dari uji normalitas adalah 0.710 yang mana lebih besar dari pada 0.05. Sehingga data penelitian terdistribusi normal. Selanjutnya uji multikolinieritas dengan tujuan menguji adanya hubungan kuat antar variabel dengan melihat nilai VIF dan Toleransi. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka, data tidak mengalami multikolinieritas, dan jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 maka data tidak mengalami multikolinieritas. Dalam Tabel 5 didapatkan bahwa nilai VIF dan tolerance sebesar 1,00, sehingga dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas. Pada uji asumsi klasik yang terakhir adalah uji heterokedasitas, didapatkan hasil signifikansi lebih besar daripada 0.05 yang memiliki kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heterokedasitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Uji Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	34.163	4.246		8.046	.000
Kepemimpinan Digital	.143	.037	.338	3.846	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 6, kepemimpinan digital memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000, yang mana signifikansi lebih kecil daripada 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara hubungan kepemimpinan digital dengan keunggulan bersaing. Selanjutnya, dalam Tabel 6 juga dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan digital berpengaruh positif terhadap keunggulan



bersaing. Sehingga dapat dirumuskan $Y = 34.163 + 0.143X$. Rumus tersebut memiliki arti bahwa jika terjadi kenaikan satu angka pada keunggulan bersaing, maka kepemimpinan digital memiliki peranan sebesar 0.143.

Dalam hasil uji hipotesis juga telah ditemukan bahwa Kepemimpinan Digital dapat menjelaskan keunggulan bersaing sebanyak 11,4%, sedangkan 88,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut mendukung penelitian Wheelen et al (2018) bahwa terdapat banyak sumber yang dapat mendukung keunggulan bersaing, tidak hanya kompetensi sumber daya manusia dan kepemimpinan, namun mengelola keunggulan bersaing pada sumber daya lintas fungsi, teknologi, keuangan dan jaringan kolaboratif lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menjelaskan bahwa kepemimpinan digital memiliki pengaruh positif signifikan pada keunggulan bersaing. Sehingga menegaskan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya berkaitan dengan strategi biaya, namun juga mempertimbangkan strategi sumber daya manusia yang mumpuni dalam organisasi. Walaupun pada penelitian ini kepemimpinan hanya dapat menjelaskan keunggulan bersaing sebesar 11,4%, namun meniadakan faktor kepemimpinan digital juga tidak dapat dilakukan oleh organisasi.

Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penelitian dengan beberapa variabel berikut diantaranya adalah stabilitas finansial, kekuatan internal untuk terus bertumbuh, serta inovasi (Asrarudin, 2023). Terkait dengan inovasi peneliti juga harus mempertimbangkan variabel perilaku kerja inovatif serta inovasi produk (Putri & Sari, 2022). Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dari wilayah penelitian yang terbatas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aptika, I. P. (2024). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia*. BPSDM KOMINFO. https://imdi.sdmdigital.id/home_2023
- Asrarudin, A.-. (2023). Why Personal Characteristics of Innovative Leadership Can Drive Organizational Competitive Advantage? A Literature Review with Integrative Approach. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 159–174. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i2.50805>
- Asri, A. A. S. M. A. N., & Darma, G. S. (2020). Revealing the Digital Leadership Spurs in 4.0 Industrial Revolution. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(1), 93–100. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.135>
- Büyükbeşe, T., Dikbaş, T., Klein, M., & Batuk Ünlü, S. (2022). a Study on Digital Leadership Scale (Dls) Development. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 740–760. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.1135540>
- Deloitte. (2022). *welcome-to-gen-z*.
- Deloitte. (2024). 2024 Gen Z and Millennial Survey. Living and working with purpose in a transforming world. *Deloitte Touche Tohmatsu Limited*, 1–37. <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/content/genzmillennialsurvey.html>



- Effendy, M. (2023). *Songsong Bonus Demografi Kedua, Menko PMK Minta Seluruh Jajaran Terkait Siapkan Rencana dari Sekarang*. <https://www.kemenkopmk.go.id/songsong-bonus-demografi-kedua-menko-pmk-minta-seluruh-jajaran-terkait-siapkan-rencana-dari>
- Farhikhteh, S., & Farhikhteh, F. (2023). The Dimensions of Competitiveness and Their Effects on Competitive Advantage. *IntechOpen*, 11, 1–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.11339>
- Hidayat, D., Tjandra, E. U., & Herawati, N. (2023). Gen Z Digital Leadership through Social Media. *Widyakala Journal : Journal of Pembangunan Jaya University*, 10(2), 62. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v10i2.779>
- Karyono, O. (2022). *The Competitive Advantage Strategy in Online BusinessShop : Research on Millennials and Generation Z*. 24(October), 12–19. <https://doi.org/10.9790/487X-2410031219>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). *Visi Indonesia Digital 2045*. https://digital2045.id/bukuvid2045/%0Ahttps://drive.google.com/file/d/1BF0f-vkQRuqfFCb-tHCn6tCT3wHYgD2l/view?usp=drive_link
- Klein, M. (2020). Leadership Characteristics in the Era of Digital Transformation. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 883–902. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1441>
- Muhamad, N. (2024). *7 Provinsi dengan Kenaikan Skor East Ventures - Digital Competitiveness Index Tertinggi (2023-2024)*. Databoks - Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/05/31/ini-7-provinsi-dengan-peningkatan-daya-saing-digital-terbaik-2024>
- Nawawi, M. R. (2024). Pengaruh Kepemimpinan yang Efektif, Keunikan Produk dan Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 82–92.
- Oktari, R. (2021). *Siapkah Kamu jadi Generasi Emas 2045*. Indonesia Baik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/siapkah-kamu-jadi-generasi-emas-2045>
- Purnomo, V. S. V., Tejasukmana, S. A., & Juniarti. (2021). Pengaruh Digital Leadership terhadap Kinerja Perusahaan Startup di Jawa Timur. *Business Accounting Review*, 9(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/13404>
- Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2022). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku Umkm Binaan Rumah BUMN Purwokerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi. *Among Makarti*, 15(2), 233–247. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.323>
- Sánchez-Hernández, I. M., Gallardo-Vázquez, D., Barcik, A., & Dziwinski, P. (2016). The Effect of the Internal Side of Social Responsibility on Firm Competitive Success in the Business Services Industry. *Sustainability (MDPI)*, 8(2), 179. <https://doi.org/10.3390/su8020179>
- Sari, K. D. C., & Putri, P. L. (2022). Keunggulan Bersaing Ditinjau Dengan Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Perilaku Kerja Inovatif Pada Umkm Binaan Rumah BUMN Purwokerto. *J-Lee*, 4(Desember), 42–54.
- Sreeja K. (2021). Understanding The New Entrants to The Workplace: Gen Z. *JETIR (Journal of Emerging Technologies and Innovative Research)*, 8(3), 904–906. www.jetir.org
- Tabiya, M. (2023). *Visi Indonesia Digital 2024 Resmi Dirilis*. Kementerian



Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi.
<https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/visi-indonesia-digital-2024-resmi-dirilis>

Wulur, L., & Mandagi, D. W. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Employee Performance 2.0: Antecedents and Consequences of Gen Z Employees Performance. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 224–240.

Xuhua, H., Elikem, O. C., Akaba, S., & Brown, D. W. (2019). Effects of business-to-business e-commerce adoption on competitive advantage of small and medium-sized manufacturing enterprises. *Economics and Sociology*, 12(1), 80–99. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-1/4>