

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah literasi digital karyawan (employee digital literacy), citra perusahaan sebagai tempat kerja (employer branding), dan perilaku inovatif karyawan (employee innovation behavior) berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional I Sumatera yang berada di Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 karyawan sebagai responden. Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin agar data yang diperoleh lebih akurat dan mewakili populasi. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Sebelum dianalisis, data diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Selain itu, dilakukan juga uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi digital karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Hal ini karena di PT Telkom, kemampuan digital sudah menjadi kemampuan dasar yang hampir dimiliki semua karyawan, sehingga tidak lagi menjadi faktor utama yang membedakan tinggi rendahnya kinerja. Sebaliknya, employer branding dan perilaku inovatif karyawan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Artinya, semakin baik citra perusahaan sebagai tempat kerja dan semakin tinggi semangat inovasi karyawan, maka semakin baik pula kinerja yang dihasilkan. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,838 menunjukkan bahwa 83,8% kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh literasi digital, employer branding, dan perilaku inovatif, sedangkan sisanya 16,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi kerja, kepemimpinan, lingkungan kerja, dan kompensasi. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT Telkom Regional I Sumatera, perusahaan perlu terus memperkuat employer branding dan mendorong perilaku inovatif karyawan. Kedua faktor ini terbukti lebih berperan dalam meningkatkan kinerja dibandingkan literasi digital yang sudah menjadi kemampuan dasar.