

PENGARUH GLASS CEILING DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY DIMEDIASI KREATIVITAS PADA BUSINESS FASHION DI KAB. BEKASI

Nurdiansyah^{1a}, Ahmad Ramdani^{2b}, Rafly Ahmad Rifa'i^{3c}, Retno Purwani Setyaningrum^{4d}

¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

nurdiansyahard@gmail.com^a, dhanramdan007@gmail.com^b, paisekali@gmail.com^c, retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id^d

INFO ARTIKEL:

Dikumpulkan: 5 Oktober 2024;

Diterima: 3 Januari 2025;

Terbit/Dicetak: 30 Januari 2025;

ABSTRACT

This study examines the impact of the glass ceiling and organizational culture on business sustainability, with creativity as a mediating variable, in the fashion industry in Bekasi Regency. A quantitative approach utilizing the Partial Least Squares (PLS) method was adopted, involving 57 respondents, including fashion business owners and managers. The results reveal that the glass ceiling significantly influences creativity but does not have a significant impact on business sustainability. Conversely, organizational culture has a significant positive effect on creativity and business sustainability. Creativity is found to play a crucial role in enhancing business sustainability. This study highlights the importance of addressing glass ceiling barriers and fostering an innovative organizational culture to support business sustainability in the fashion sector.

Keywords: Organizational efficiency, Business Sustainability, Creativity, Glass Ceiling



Volume 21. Number 1,
Januari 2025, pp. 12-26

<http://doi.org/10.23960/jbm.v21i1.3546>

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh glass ceiling dan budaya organisasi terhadap keberlanjutan bisnis (business sustainability), dengan kreativitas sebagai variabel mediasi, pada industri fashion di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Squares (PLS) dan melibatkan 57 responden yang terdiri dari pemilik dan manajer bisnis fashion. Hasil menunjukkan bahwa glass ceiling secara signifikan memengaruhi kreativitas, tetapi tidak berdampak signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Sebaliknya, budaya organisasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kreativitas dan keberlanjutan bisnis. Kreativitas ditemukan memainkan peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis. Studi ini menyarankan pentingnya mengatasi hambatan glass ceiling dan menciptakan budaya organisasi yang inovatif untuk mendukung keberlanjutan bisnis di sektor fashion.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Keberlanjutan Bisnis, Kreativitas, Langit-langit Kaca

PENDAHULUAN

Di era globalisasi industri fashion mengalami perkembangan yang pesat, namun tantangan internal seperti ketidaksetaraan gender dan budaya organisasi yang tidak inklusif masih menjadi hambatan besar dalam mencapai keberlanjutan bisnis. Ketidaksetaraan gender, yang sering kali terlihat dalam bentuk *glass ceiling*, menghalangi kesempatan bagi perempuan untuk mencapai posisi kepemimpinan, yang berdampak langsung pada penurunan motivasi dan kreativitas mereka. Selain itu, budaya organisasi yang tidak mendukung kolaborasi dan inklusivitas juga membatasi potensi kreativitas, meskipun kreativitas adalah elemen penting yang mendorong inovasi dan menjaga daya saing perusahaan. Masalah-masalah ini bukan hanya menghambat pengembangan produk baru dan solusi kreatif, tetapi juga mengurangi kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan cepat di pasar, yang pada akhirnya mempengaruhi keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Industri fashion memainkan peran krusial dalam ekonomi kreatif nasional. Berdasarkan informasi yang diterbitkan oleh lembaga statistik nasional dan badan yang mengurus ekonomi kreatif, sektor ini berkontribusi sebesar 18,01% terkait dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi domestik pada tahun 2022, menjadikannya salah satu sektor unggulan di samping kuliner dan kerajinan (Purwanto, 2022). Peningkatan kesadaran masyarakat akan identitas budaya dan kebanggaan terhadap produk dalam negeri menjadi faktor utama yang mendorong minat konsumen terhadap fashion lokal.

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk mendukung sektor ini, pemerintah membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang bertujuan mengembangkan industri kreatif, memanfaatkan potensi yang ada secara maksimal, dan mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi (Sanjayawati, 2019). Meski demikian, perkembangan sektor ini masih dihadapkan pada sejumlah kendala. Menurut (Hayati, 2021), pengembangan produk unggulan dari sektor ekonomi kreatif di daerah belum mencapai hasil yang optimal. Salah satu kendala utama adalah regulasi yang belum efektif dalam memberikan dampak nyata, meskipun pemerintah daerah telah melakukan berbagai inisiatif sesuai kemampuan mereka.

Secara global, perusahaan fashion kini berfokus pada keberlanjutan. Beberapa merek besar, seperti Nike dan H&M, telah mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan dengan menggunakan bahan daur ulang dan memperpanjang siklus hidup produk (Asy'ari & Amalia, 2022). Tren ini mendorong perusahaan lokal di Indonesia, termasuk di Kabupaten Bekasi, untuk beradaptasi agar tetap relevan dalam persaingan global dan merespons tuntutan konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan.

Di Indonesia, perkembangan e-commerce turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Menurut Asosiasi E-Commerce Indonesia, produk fashion mendominasi transaksi e-commerce, mencakup hampir 40% dari total nilai transaksi online (Rachmawati, 2024). Kabupaten Bekasi, dengan populasi sekitar 3,2 juta jiwa, menjadi pasar potensial bagi bisnis fashion untuk menjangkau konsumen lebih luas melalui platform digital (Sari, 2023). Namun, perubahan tren yang cepat dan persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar mampu bertahan (McKinsey & Company, 2017).



Gambar 1. Proporsi Perempuan dan Laki-Laki di Posisi Manajerial Sektor Ekonomi Kreatif
Sumber: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA)

Berdasarkan diagram di atas, terlihat bahwa persentase perempuan yang menempati posisi manajerial di sektor ekonomi kreatif pada tahun 2023 hanya mencapai sekitar 34%, sementara laki-laki mengisi sekitar 66% dari posisi tersebut. Data ini menunjukkan ketimpangan gender yang signifikan dalam peran kepemimpinan, meskipun sektor ekonomi kreatif diharapkan menjadi bidang yang mendorong inklusivitas dan inovasi.

Menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Wikipedia, 2024). ketimpangan ini disebabkan oleh berbagai hambatan struktural yang sering disebut sebagai *glass ceiling*. *Glass ceiling* adalah batasan tidak terlihat yang menghalangi perempuan untuk mencapai posisi kepemimpinan, meskipun mereka memiliki kualifikasi yang memadai. Hambatan ini tidak hanya berdampak pada aspek kesetaraan, tetapi juga menghambat kreativitas dan inovasi di dalam organisasi, yang sebenarnya merupakan elemen penting dalam mencapai keberlanjutan bisnis (Dewi, 2024); (Sanjayawati, 2019).

Dalam beberapa studi terbaru, *glass ceiling* terbukti memperlambat upaya organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi, terutama dalam industri yang membutuhkan ide-ide segar dan kreatif, seperti sektor ekonomi kreatif (Ussyarovi & Oktora, 2023). Kurangnya representasi perempuan di tingkat manajerial juga berpotensi mempengaruhi iklim organisasi, di mana kurangnya keragaman dalam kepemimpinan mengurangi pandangan dan pendekatan yang bervariasi dalam pengambilan keputusan strategis (BPS, 2024).

Kondisi ini mengindikasikan bahwa diperlukan upaya yang lebih serius untuk menghilangkan hambatan-hambatan yang membatasi perempuan, seperti melalui kebijakan afirmatif yang mendukung keterwakilan perempuan di posisi manajerial. Studi oleh setara (Brisbane, Hua, & Jamieson, 2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan kebijakan kesetaraan gender cenderung memiliki tingkat inovasi yang lebih tinggi dan mampu mencapai keberlanjutan bisnis jangka panjang. Dengan memberikan kesempatan yang setara, perempuan dapat berkontribusi secara optimal dan memberikan perspektif yang beragam, yang sangat dibutuhkan dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dan penuh tantangan (P. T. Bone, 2021); (Damayanti, 2024).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yague-Perales, Perez-Ledo, & March-Chorda, 2021) dan (Hilmiana & Alviani, 2023) menemukan bahwa *Glass Ceiling* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Business Sustainability*. Hal ini menunjukkan bahwa pembatasan bagi perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan dapat menghambat proses pengambilan keputusan yang beragam dan mengurangi inovasi yang penting untuk kelangsungan bisnis. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa hasilnya dapat bervariasi tergantung pada konteks dan faktor eksternal perusahaan (Hilmiana & Alviani, 2023); (Yague-Perales et al., 2021).

Di sisi lain, (Boeske, 2023) dan (Assoratgoon & Kantabutra, 2023) menyatakan bahwa Budaya Organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Sustainability*, terutama apabila budaya yang diterapkan mendukung inovasi, inklusivitas, dan pengembangan karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi yang terbuka dan mendukung kreativitas dapat memperkuat daya saing perusahaan, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang. Namun, ada juga temuan yang menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, terutama dalam perusahaan dengan budaya yang terlalu hierarkis atau tertutup terhadap perubahan, yang justru dapat menghambat keberlanjutan bisnis, seperti yang ditunjukkan oleh (Hermawan, 2023).

Tabel 1. Research Gap

No.	Nama dan Tahun	Nama Jurnal	Issue	Berpengaruh
1.	(Ganiyu, Oluwafemi, Ademola, & Olatunji, 2018)	<i>Journal of Evolutionary Studies in Business</i>	<i>Glass ceiling</i> tidak memiliki dampak signifikan terhadap kreativitas, namun lebih relevan pada persepsi kesuksesan karir perempuan.	Tidak berpengaruh pada kreativitas
2.	(Ganiyu et al., 2018)	<i>Journal of Evolutionary Studies in Business</i>	<i>Glass ceiling</i> dapat berpotensi mengurangi peluang untuk menyalurkan atau mendukung kreativitas di tingkat individu maupun organisasi.	Berpengaruh negatif pada kreativitas
3.	(Nurviza, Yusrizal, & Usman, 2019)	Jurnal Administrasi Pendidikan	Budaya organisasi yang terlalu birokratis menghambat kreativitas dan inovasi individu.	Tidak berpengaruh pada kreativitas
4.	(Nurviza et al., 2019)	Jurnal Administrasi Pendidikan	Budaya organisasi yang merangsang dapat meningkatkan kreativitas dan inovasikaryawan bagi organisasi	Berpengaruh positif pada kreativitas

Karena adanya research gap, peneliti kemudian menyarankan untuk memasukkan kreativitas sebagai variabel mediasi yang menghubungkan glass ceiling, budaya organisasi, dan *business sustainability*. Hal ini telah diteliti oleh beberapa peneliti yang membahas hubungan antara *glass ceiling* terhadap kreativitas, budaya organisasi terhadap kreativitas, dan *business sustainability* terhadap kreativitas. Penelitian oleh (Agung, 2022) menunjukkan bahwa keberadaan *glass ceiling*, yang membatasi akses perempuan dan kelompok minoritas ke posisi kepemimpinan, dapat menurunkan kreativitas dengan mengurangi motivasi dan keterlibatan individu

dalam inovasi. Di sisi lain, budaya organisasi yang mendukung kolaborasi dan kebebasan berkreasi terbukti meningkatkan kreativitas, sebagaimana dijelaskan oleh (Febriani & Ramli, 2023), yang mengungkapkan bahwa budaya yang inklusif mendorong ide-ide baru dan inovasi. Sementara itu, penelitian oleh (BARAKA, 2024) dan (Wikipedia, 2022) mengemukakan bahwa kreativitas berperan penting dalam *business sustainability*, karena memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan menciptakan solusi baru yang meningkatkan daya saing serta keberlanjutan jangka panjang.

Penelitian ini mengidentifikasi kreativitas sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara glass ceiling dan budaya organisasi terhadap keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, diharapkan temuan dari penelitian ini bisa memberikan perusahaan fashion pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana cara meningkatkan keberlanjutan bisnis dengan memperkuat budaya organisasi, penghapusan hambatan glass ceiling, serta pengembangan kreativitas.

KAJIAN LITERATUR

Glass Ceiling

Glass ceiling merujuk pada hambatan tak terlihat yang menghalangi perempuan atau kelompok minoritas untuk mencapai posisi puncak dalam organisasi, meskipun memiliki kualifikasi yang setara atau lebih baik dari rekan pria. Fenomena ini terjadi karena struktur sosial atau budaya organisasi yang membatasi akses perempuan ke promosi, posisi kepemimpinan, dan kompensasi setara (Brisbane et al., 2023). Bias gender dan budaya organisasi yang tidak inklusif sering memperburuk masalah ini (Nasution, Irawati, & Muhafidin, 2022). Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan kebijakan yang mendukung kesetaraan gender untuk memberikan kesempatan yang setara bagi perempuan dalam mencapai posisi strategis (Brisbane et al., 2023).

Faktor-faktor yang memengaruhi *glass ceiling* menurut (Septiana & Haryanti, 2023):

1. Kesenjangan Gender di Posisi Kepemimpinan: Perempuan kurang terwakili di posisi manajerial senior meskipun memiliki kualifikasi yang setara.
2. Bias dalam Evaluasi Prestasi: Perempuan sering dianggap kurang kompeten meskipun memiliki hasil kerja yang sama, dan kesalahan mereka mendapat penalti lebih berat.
3. Kurangnya Akses ke Proyek Strategis: Perempuan kurang diberi proyek penting yang mendukung perkembangan karier mereka.
4. Dukungan Rekan Perempuan: Memiliki lebih banyak rekan perempuan dapat meningkatkan peluang promosi, terutama di industri pria-dominasi.
5. Pengaruh Norma dan Struktur Organisasi: Norma dan ekspektasi perilaku feminin menghambat perempuan dalam mengambil peran kepemimpinan.
6. Stereotip Gender: Stereotip yang mengaitkan perempuan dengan peran domestik membatasi peluang mereka untuk posisi strategis.

Menurut (Wijayanti, Sugiyanto, & Sukmadewi, 2022) mengungkapkan bahwa ada indikator yang memengaruhi *glass ceiling* antara lain:

1. Kesenjangan Gaji Berdasarkan Gender: Perempuan sering dibayar lebih rendah meskipun memiliki kualifikasi yang setara dengan pria.
2. Kurangnya Akses ke Peluang Kepemimpinan: Perempuan kesulitan memperoleh posisi kepemimpinan meskipun memiliki kualifikasi yang memadai.
3. Budaya Kerja yang Tidak Inklusif: Organisasi yang tidak mendukung kesetaraan gender dapat menghambat perkembangan karier perempuan.
4. Bias dalam Evaluasi Kinerja: Perempuan sering dievaluasi lebih keras atau dianggap kurang kompeten meskipun hasilnya setara dengan pria.
5. Kurangnya Akses ke Proyek Strategis: Perempuan kurang diberikan kesempatan untuk terlibat dalam proyek penting yang dapat meningkatkan peluang karier.
6. Norma Sosial yang Membatasi Peran Perempuan: Stereotip dan norma gender membatasi peran perempuan dalam posisi kepemimpinan.

Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah elemen utama yang mencerminkan identitas dan cara kerja organisasi. (Samuel, Setyadi, & Tricahyadinata, 2020) menjelaskan bahwa budaya ini terbentuk dari nilai, keyakinan, norma, dan sejarah yang memberikan karakter unik. (Sanjayawati, 2019) menambahkan bahwa budaya organisasi, berupa asumsi bersama yang sering tidak disadari, memengaruhi pola pikir dan tindakan anggota. Budaya yang kuat dapat menjaga stabilitas dan keberlanjutan organisasi meskipun menghadapi tantangan (Samuel et al., 2020). Budaya ini memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan organisasi, terutama apabila mendukung kolaborasi, inovasi, dan komunikasi yang efektif, yang dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan menyenangkan (Noerchoidah, 2020). Selain itu, budaya yang kuat juga berperan dalam menciptakan suasana kerja yang nyaman dan teratur bagi para karyawan (Arifiani & Mardiani, 2023).

Budaya organisasi yang efektif memberdayakan anggota untuk terlibat secara produktif dan kreatif, sesuai minat mereka. (BARAKA, 2024) menekankan bahwa budaya positif mendorong inovasi dan kontribusi maksimal. Budaya ini juga memungkinkan peningkatan produk melalui inovasi. Pendiri yang memiliki keterampilan kewirausahaan juga menciptakan kebiasaan pelayanan pelanggan yang baik, meningkatkan loyalitas, seperti yang dijelaskan oleh (Judijanto, Fauzi, Telaumbanua, Syamsulbahri, & Merung, 2024), yang menyatakan bahwa inovasi penting untuk menjaga relevansi produk. Respons cepat terhadap keluhan konsumen dan penggunaan teknologi untuk efisiensi biaya juga berperan penting, sebagaimana diungkapkan oleh (Awasthy & Singh, 2023); (Harini, Kartini, & Muzdalifah, 2024).

Faktor-faktor yang memengaruhi budaya organisasi menurut (Amit, Vashdi, & Vigoda-Gadot, 2020) mencakup beberapa elemen penting, seperti:

1. **Gaya Kepemimpinan:** Pemimpin memiliki peran besar dalam membentuk budaya organisasi melalui tindakan dan kebijakan yang diterapkan.
2. **Struktur Organisasi:** Struktur formal dan informal di dalam organisasi akan memengaruhi pola interaksi antar karyawan dan bagaimana budaya terbentuk.
3. **Demografi Tenaga Kerja:** Keanekaragaman dalam usia, jenis kelamin, dan latar belakang budaya karyawan juga mempengaruhi cara organisasi membangun budaya yang inklusif dan beragam.
4. **Lingkungan Eksternal:** Perubahan di luar organisasi, seperti kemajuan teknologi atau kebijakan pemerintah, juga mempengaruhi bagaimana budaya organisasi berkembang dan beradaptasi.

Berikut adalah indikator yang memengaruhi budaya organisasi yang dikemukakan oleh Emron dan (Feri, Rahmat, & Supeno, 2020) yaitu sebagai berikut:

1. **Kesadaran diri:** Anggota organisasi berfokus pada kepuasan pekerjaan, pengembangan diri, menaati aturan, dan memberikan produk serta layanan berkualitas.
2. **Keagresifan:** Anggota menetapkan tujuan yang menantang dan realistis, merencanakan strategi, dan mengejar tujuan dengan antusias.
3. **Performa:** Anggota memiliki kreativitas tinggi, serta memenuhi kuantitas, mutu, dan efisiensi.
4. **Orientasi tim:** Anggota bekerja sama dengan baik, berkomunikasi dan berkoordinasi efektif, serta berkomitmen untuk mencapai hasil yang memuaskan.

Business Sustainability

Business Sustainability merujuk pada kemampuan perusahaan untuk beroperasi secara ekonomis, sosial, dan lingkungan yang bertanggung jawab, tanpa merugikan generasi mendatang (Hanaysha, Al-Shaikh, & Kumar, 2022). Secara ekonomi, bisnis harus menguntungkan dan memberikan nilai jangka panjang, secara sosial bertanggung jawab terhadap pelanggan dan masyarakat, serta secara lingkungan meminimalkan dampak negatif dengan praktik ramah lingkungan (Ahbabi & Nobanee, 2019). Untuk mencapai keberlanjutan, perusahaan harus mengadopsi strategi yang mencakup pengurangan energi, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan pengurangan emisi (Montanarella & Panagos, 2021). Keberlanjutan juga memberikan keuntungan finansial, seperti penghematan biaya dan meningkatkan reputasi perusahaan (Sholihudin & Jalal, 2023).

Faktor-faktor yang Memengaruhi Business Sustainability menurut (Minutiello, Garcia-Sanchez, & Aibar-Guzman, 2024):

1. Penggunaan Model Ekonomi Sirkular: Perusahaan yang mengadopsi strategi daur ulang dan efisiensi sumber daya cenderung lebih berkelanjutan.
2. Integrasi Teknologi Ramah Lingkungan: Inovasi seperti kecerdasan buatan membantu meningkatkan efisiensi energi dan operasional.
3. Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Dukungan dari mitra strategis, komunitas lokal, dan konsumen sangat penting untuk keberhasilan inisiatif keberlanjutan.
4. Kepatuhan terhadap Agenda SDGs (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan): Bisnis yang selaras dengan SDGs meningkatkan reputasi dan peluang pasar.
5. Kepemimpinan Visioner: Pemimpin yang mendorong keberlanjutan melalui visi jangka panjang menjadi pilar keberlanjutan perusahaan.

Berikut adalah indikator yang memengaruhi *business sustainability* menurut (Jiao, Zhang, He, & Li, 2023):

1. Lingkungan: Pengelolaan dampak terhadap lingkungan, pengurangan emisi, dan penggunaan energi terbarukan.
2. Sosial: Fokus pada keberagaman, hak asasi manusia, kesejahteraan karyawan, dan pengaruh positif terhadap komunitas.
3. Tata Kelola: Keputusan strategis yang transparan, etika bisnis, dan pengawasan yang efektif.
4. Inovasi dan Kreativitas: Adaptasi terhadap perubahan pasar dan penciptaan produk baru.
5. Keberagaman dan Inklusi: Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung kontribusi semua karyawan.
6. Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Melibatkan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Kreativitas

Kreativitas dalam bisnis mengacu pada kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan motivasi untuk menghasilkan ide-ide inovatif yang meningkatkan kualitas produk dan layanan, seperti yang dijelaskan oleh (Feri et al., 2020). Tingkat kreativitas yang tinggi berperan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, karena memungkinkan adaptasi terhadap perubahan pasar dan penciptaan produk baru yang lebih menarik bagi (Syana, 2020). Selain itu, kreativitas mendukung kesuksesan kewirausahaan dengan mengaplikasikan ide baru dan etika kewirausahaan yang baik (J. Li, Wu, & Xiong, 2021), serta berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dengan menciptakan solusi efisien dan ramah lingkungan (Huang, Sindakis, Aggarwal, & Thomas, 2022).

Berikut adalah faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas menurut (Zarkasyi & Kurniawan, 2022):

1. Dukungan Kepemimpinan: Kepemimpinan yang mendorong kreativitas, seperti melalui hubungan kerja yang positif antara pemimpin dan bawahan, sangat memengaruhi kemampuan individu untuk menghasilkan ide baru dan inovatif.
2. Kebebasan dalam Pengambilan Keputusan: Lingkungan yang memberi kebebasan kepada individu untuk membuat keputusan dan mengelola proyek meningkatkan kreativitas.
3. Sumber Daya dan Dukungan Organisasi: Tersedianya sumber daya, seperti waktu dan dana yang cukup, serta dukungan manajemen, mendorong individu untuk mengeksplorasi solusi kreatif.
4. Penggunaan Teknologi: Teknologi dapat menjadi pedang bermata dua; penggunaannya yang tepat mendukung kolaborasi dan interaksi, tetapi penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan stres dan menghambat kreativitas.
5. Karakteristik Pribadi: Sifat-sifat seperti rasa ingin tahu, motivasi diri, dan kemampuan berpikir divergen berperan penting dalam mendukung kreativitas.
6. Kolaborasi dan Interaksi Tim: Proses kolaboratif yang terstruktur dengan baik memungkinkan individu saling bertukar ide, yang pada akhirnya meningkatkan kreativitas kolektif.

Berikut adalah indikator yang mempengaruhi kreativitas menurut (He, 2023) yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi Kreativitas: Didorong oleh motivasi intrinsik dan ekstrinsik serta nilai yang diberikan individu pada kreativitas.
2. Kemampuan Relevan: Terkait dengan keterampilan dalam mengidentifikasi masalah dan menghasilkan solusi yang relevan.
3. Proses Kreativitas: Melibatkan pemikiran divergen dan kemampuan menggabungkan informasi untuk inovasi baru.
4. Efikasi Diri Akademik: Keyakinan individu terhadap kemampuan akademik mendukung kreativitas, terutama dalam menghadapi tantangan.
5. Resiliensi: Kemampuan beradaptasi dengan tantangan dan tetap produktif secara kreatif.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Glass Ceiling* terhadap *Business Sustainability*

Penelitian menunjukkan bahwa *glass ceiling* berdampak negatif pada keberlanjutan bisnis. Hambatan bagi perempuan mencapai posisi kepemimpinan mengurangi inovasi, kreativitas, dan daya saing perusahaan (Martinez-Fierro & Sancho, 2021). *Glass ceiling* juga membatasi akses ke posisi strategis, menghambat potensi perkembangan organisasi, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar (Ganiyu et al., 2018). Ketidaksetaraan gender dalam promosi menciptakan ketidakseimbangan keputusan strategis, menghambat keberlanjutan bisnis jangka panjang (Martinez-Fierro & Sancho, 2021). Akibatnya, organisasi kehilangan kapasitas untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis.

H1: Diduga ada pengaruh dari *glass ceiling* terhadap *business sustainability*.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap *Business Sustainability*

Penelitian oleh (Siswanti & Muafi, 2022), (Saf'ani & Ratnawati, 2020) dan (Merlin & Chen, 2022) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang mendukung kolaborasi, inovasi, inklusivitas, dan adaptabilitas berkontribusi positif pada keberlanjutan bisnis dengan mendorong kreativitas, menghadapi tantangan eksternal, dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.

H2: Diduga ada pengaruh dari budaya organisasi terhadap *business sustainability*.

Pengaruh *Glass Ceiling* pada Kreativitas terhadap *Business Sustainability*

Penelitian menunjukkan bahwa *glass ceiling* menghambat kreativitas dan keberlanjutan bisnis. (Afiouni & Karam, 2019), menjelaskan bahwa hambatan struktural mengurangi motivasi inovasi, sementara (Zartha, Orozco, Barreto, & Garcia, 2024), menyoroti ketidaksetaraan akses ke kepemimpinan yang memperlambat inovasi dan adaptasi pasar. (Brem & Puente-Diaz, 2019) mengonfirmasi dampak negatif ketidaksetaraan gender pada kinerja inovatif. Penurunan kreativitas ini menghambat adaptasi dan pengembangan produk, sehingga memengaruhi keberlanjutan bisnis.

H3: Diduga ada pengaruh dari *glass ceiling* terhadap kreativitas yang berdampak pada *business sustainability*.

Pengaruh Kreativitas pada *Business Sustainability*

Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berperan penting dalam keberlanjutan bisnis, terutama di industri dinamis seperti fashion. (Lee, Kim, Lee, & Moon, 2019) dan (Hur & Beverley, 2023) menyoroti bahwa kreativitas membantu perusahaan mengembangkan produk inovatif, beradaptasi tren, dan meningkatkan daya saing. (Rae, Titrek, Biastutti, & Reis, 2023) menambahkan bahwa inovasi dalam proses bisnis memperpanjang umur perusahaan dengan menjaga relevansi di pasar. Kreativitas mendukung adaptasi dan daya saing, sehingga berpengaruh positif pada keberlanjutan bisnis.

H4: Diduga ada pengaruh dari kreativitas terhadap *business sustainability*.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kreativitas

Penelitian oleh (J. Li et al., 2021), (Lee et al., 2019), dan (Zhukov, 2021) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang mendukung inovasi dan kolaborasi meningkatkan kreativitas karyawan. (J. Li et al., 2021) menekankan pentingnya budaya yang mendorong eksperimen dan ide baru, terutama di industri fashion.)

menambahkan bahwa kebebasan untuk berinovasi menghasilkan produk yang lebih kreatif dan berdaya saing, sementara (Barrett, Creech, & Zhukov, 2021) menunjukkan bahwa kolaborasi antar tim mempercepat inovasi. Budaya organisasi yang inovatif berpengaruh positif terhadap kreativitas dan keberlanjutan bisnis.

H5: Diduga ada pengaruh dari budaya organisasi terhadap kreativitas.

Pengaruh Glass Ceiling terhadap Business Sustainability dimediasi Kreativitas

Penelitian oleh (Babic & Hansez, 2021), (Yague-Perales et al., 2021), dan (Fairuzi & Tjahjadi, 2022) menunjukkan bahwa kreativitas berperan sebagai mediator antara *glass ceiling* dan keberlanjutan bisnis. (Babic & Hansez, 2021) menjelaskan bahwa hambatan struktural yang mengurangi kreativitas memperlambat adaptasi pasar dan inovasi, yang berdampak negatif pada keberlanjutan bisnis. (Yague-Perales et al., 2021) menekankan bahwa *glass ceiling* mengurangi kesempatan untuk berinovasi, sementara (Fairuzi & Tjahjadi, 2022) menambahkan bahwa hambatan ini menurunkan motivasi inovasi. Oleh karena itu, *glass ceiling* menghambat keberlanjutan bisnis melalui pengaruh negatif pada kreativitas.

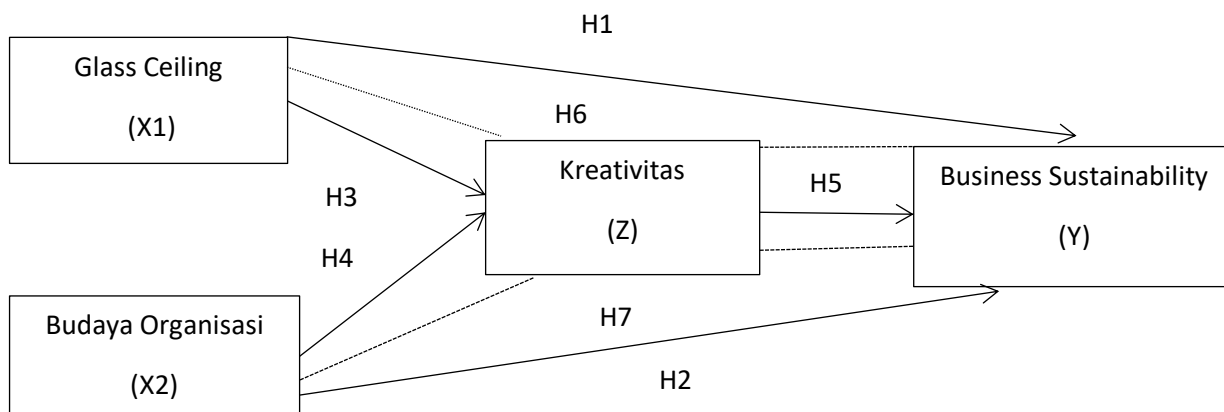
H6: Diduga ada pengaruh dari *glass ceiling* terhadap *business sustainability* yang dimediasi oleh kreativitas.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Business Sustainability dimediasi Kreativitas

Penelitian oleh (Lee et al., 2019); (J. Li et al., 2021); (Kusumaningrum & Nurhayati, 2024) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang mendukung kreativitas berpengaruh positif pada keberlanjutan bisnis. Budaya yang mendorong ide baru dan kolaborasi mempercepat inovasi, membantu perusahaan beradaptasi dengan tren pasar, dan menjaga relevansi di pasar yang dinamis (Lee et al., 2019); (J. Li et al., 2021). (J. Li et al., 2021) menambahkan bahwa budaya yang terbuka terhadap ide baru memperkuat kapasitas perusahaan dalam menghadapi tantangan, sementara (Kusumaningrum & Nurhayati, 2024) menjelaskan bahwa budaya inovatif meningkatkan kreativitas karyawan, yang berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang.

H7: Diduga ada pengaruh dari budaya organisasi terhadap *business sustainability* yang dimediasi oleh kreativitas.

Model Hipotesis



Gambar 2. Model Hipotesis

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research untuk menganalisis pengaruh antar variabel dan hubungan sebab-akibat dalam model penelitian menggunakan teknik Partial Least Squares (PLS). Populasi penelitian ini adalah pemilik atau manajer bisnis fashion di Kabupaten Bekasi, dengan sampel sebanyak 57 responden yang dipilih menggunakan teknik sampling jenuh, di mana seluruh anggota populasi yang memenuhi kriteria penelitian dijadikan sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan tentang budaya organisasi, hambatan glass ceiling, kreativitas, dan keberlanjutan bisnis, dengan menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada responden, dan juga dilengkapi dengan telaah literatur untuk memperkaya referensi penelitian. Teknik analisis PLS digunakan

untuk mengukur hubungan antar variabel, baik yang langsung maupun yang dimediasi oleh kreativitas, yang berfungsi sebagai variabel mediasi antara budaya organisasi, hambatan glass ceiling, dan keberlanjutan bisnis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas adalah proses penting dalam analisis data yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel laten yang diukur dengan akurat. Proses ini berfungsi untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian relevan dan memiliki peran signifikan dalam menggambarkan variabel laten. Validitas suatu indikator ditentukan melalui nilai loading factor (λ), yang mencerminkan tingkat hubungan antara indikator dengan variabel laten. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai loading factor (λ) $\geq 0,5$, yang menunjukkan kontribusi kuat dalam menjelaskan variabel laten.

Sebaliknya, indikator dengan nilai loading factor (λ) $< 0,5$ dinilai tidak valid, karena kontribusinya terhadap variabel laten tergolong lemah. Indikator semacam ini sebaiknya dihilangkan dari analisis untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian. Menghilangkan indikator yang tidak valid membantu penelitian menjadi lebih fokus pada indikator-indikator yang relevan, sehingga menghasilkan model yang lebih tepat dan interpretasi yang lebih andal. Validitas yang terjaga akan memperkuat keakuratan dan kredibilitas kesimpulan penelitian (Y. Li, Li, & Lu, 2022).

Tabel 2. Uji Validitas

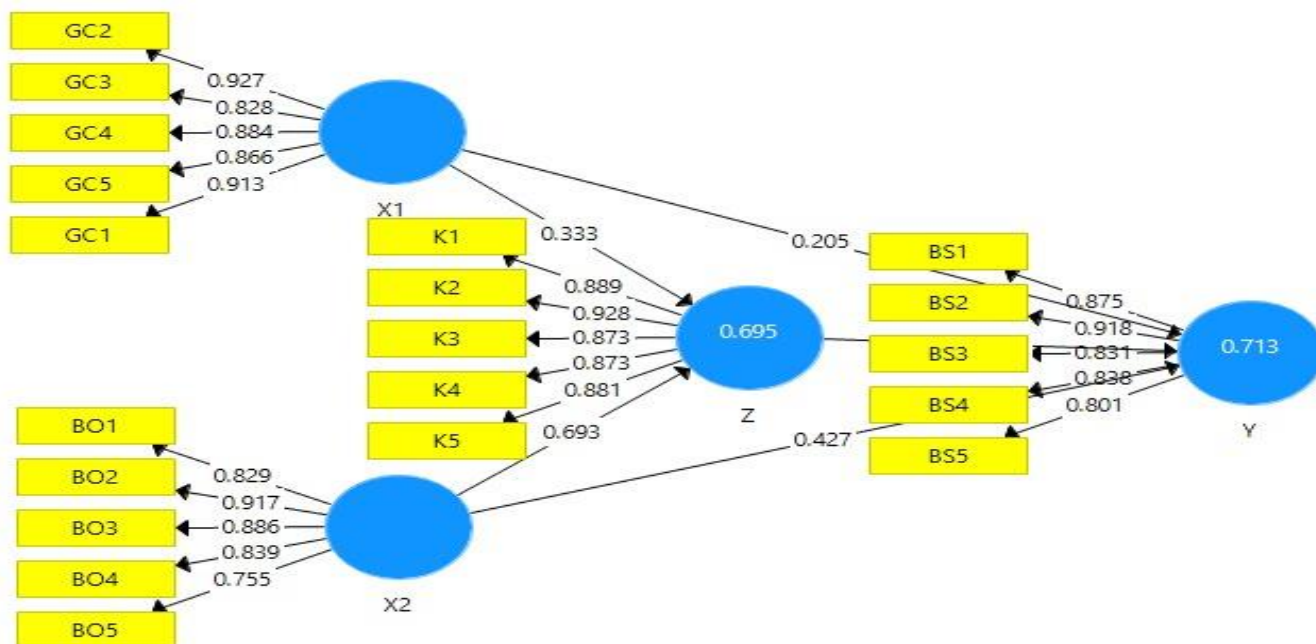
VARIABLE	INDIKATOR	OUTER LOADING	VALIDITY
Glass Ceiling	GC1	0.913	Valid
	GC2	0.927	Valid
	GC3	0.828	Valid
	GC4	0.884	Valid
	GC5	0.866	Valid
Budaya Organisasi	B01	0.829	Valid
	B02	0.917	Valid
	B03	0.886	Valid
	B04	0.839	Valid
	B05	0.755	Valid
Business Sustainability	BS1	0.875	Valid
	BS2	0.918	Valid
	BS3	0.831	Valid
	BS4	0.838	Valid
	BS5	0.801	Valid
Kreativitas	K1	0.889	Valid
	K2	0.928	Valid
	K3	0.873	Valid
	K4	0.873	Valid
	K5	0.881	Valid

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2, seluruh nilai loading factor (λ) untuk setiap indikator variabel berada di atas 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat dianggap mampu menggambarkan variabel laten dengan baik. Validitas yang tercapai ini memastikan bahwa setiap indikator memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan variabel laten sesuai dengan standar analisis yang berlaku.

Pengujian validitas indikator ini merupakan bagian dari evaluasi Measurement (Outer) Model, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator terkait dengan variabel latennya. Langkah ini penting untuk memastikan keakuratan dan keandalan model sebelum masuk ke tahap analisis struktural. Hasil pengujian tersebut divisualisasikan dalam Gambar 3, yang memberikan ilustrasi lebih rinci mengenai

hubungan antara indikator dan variabel laten serta mendukung kesimpulan bahwa model penelitian memiliki dasar valid untuk analisis lebih lanjut.

Validitas Measurement (outer) Model



Gambar 3. Diagram Jalur Hasil Analisis SEM-PLS

Uji Reliabilitas dan Hipotesis

Tabel 3. Uji Reliability

Variable	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Description
Glass Ceiling	0.930	0.935	0.947	Reliable
Budaya Organisasi	0.900	0.907	0.927	Reliable
Business Sustainability	0.906	0.909	0.930	Reliable
Kreativitas	0.934	0.938	0.950	Reliable

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel, yaitu Glass Ceiling, Budaya Organisasi, Keberlanjutan Bisnis, dan Kreativitas, memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, seperti yang terlihat pada Tabel 4.2. Hal ini ditunjukkan melalui nilai Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability yang melebihi batas standar ($> 0,6$). Hasil ini mengindikasikan adanya konsistensi internal yang baik, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel (Y. Li et al., 2022).

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping untuk mengestimasi koefisien hubungan jalur dalam model penelitian. Teknik ini memungkinkan analisis hubungan sebab-akibat meskipun data tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Bootstrapping menghitung koefisien jalur, kesalahan standar, dan nilai t-statistik untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel. Hasilnya, seperti koefisien jalur dan p-value, digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, dan disajikan dalam tabel untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Glass Ceiling -> Business Sustainability	0.205	0.224	0.118	1.745	0.041
Glass Ceiling -> Kreativitas	0.333	0.336	0.113	2.956	0.002
Budaya Organisasi -> Business Sustainability	0.427	0.425	0.162	2.638	0.004
Budaya Organisasi -> Kreativitas	0.693	0.687	0.125	5.565	0.000
Kreativitas -> Business Sustainability	0.368	0.348	0.195	1.881	0.030
Glass Ceiling -> Kreativitas -> Business Sustainability	0.123	0.114	0.075	1.642	0.051
Budaya Organisasi -> Kreativitas -> Business Sustainability	0.255	0.243	0.148	1.722	0.043

1. Pengaruh Glass Ceiling terhadap Business sustainability: Penelitian ini menunjukkan bahwa Glass Ceiling tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis (Business Sustainability), dengan nilai t-statistik 1.745 ($1.745 < 1.96$) dan p-value 0.041 (< 0.05). Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) diterima, dan H_a ditolak. Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh (Mahadewi, Putra, & Hilmy, 2024) yang menyatakan bahwa Glass Ceiling berkontribusi terhadap keberlanjutan organisasi.
2. Pengaruh Glass Ceiling terhadap Kreativitas: Hasil penelitian membuktikan bahwa Glass Ceiling berdampak signifikan terhadap kreativitas, dengan nilai t-statistik 2.956 ($2.956 > 1.96$) dan p-value 0.002 (< 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian oleh (Babic & Hansez, 2021) yang menemukan bahwa Glass Ceiling memengaruhi tingkat kreativitas individu di tempat kerja.
3. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Business sustainability: Budaya Organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis (Business Sustainability), dengan nilai t-statistik 2.638 ($2.638 > 1.96$) dan p-value 0.004 (< 0.05). Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima. Temuan ini mendukung penelitian dari (Sabharwal, 2015) yang menegaskan bahwa budaya organisasi yang baik sangat penting untuk menjaga keberlanjutan perusahaan.
4. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kreativitas: Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Budaya Organisasi memengaruhi kreativitas secara signifikan, dengan nilai t-statistik 5.565 ($5.565 > 1.96$) dan p-value 0.000 (< 0.05). Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini selaras dengan studi (Das & Kotikula, 2019) yang mengungkapkan bahwa budaya organisasi memiliki peran penting dalam mendorong kreativitas karyawan.
5. Pengaruh Kreativitas terhadap Business sustainability: Kreativitas memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan bisnis (Business Sustainability), dengan nilai t-statistik 1.881 ($1.881 > 1.96$) dan p-value 0.030 (< 0.05). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian (Mallios, 2018) yang menemukan hubungan positif antara kreativitas dan keberlanjutan organisasi.
6. Pengaruh Glass Ceiling terhadap Kreativitas yang Berdampak pada Business sustainability: Glass Ceiling tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kreativitas yang berdampak pada business sustainability, dengan nilai t-statistik 1.642 ($1.642 < 1.96$) dan p-value 0.051 (> 0.05). Berdasarkan hasil ini, H_0 diterima dan H_a ditolak. Penemuan ini memberikan ruang untuk penelitian lebih lanjut, seperti yang disarankan oleh (Sampson & Moore, 2008).
7. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kreativitas yang Berdampak pada Business sustainability: Budaya Organisasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kreativitas yang berdampak pada keberlanjutan bisnis, dengan nilai t-statistik 1.722 ($1.722 > 1.96$) dan p-value 0.043 (< 0.05). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima. Hasil ini mendukung penelitian dari (E. K. Bone et al.,

2024) yang menyoroti pentingnya budaya organisasi dalam menciptakan kreativitas yang mendukung keberlanjutan perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa glass ceiling dan budaya organisasi memengaruhi keberlanjutan bisnis di industri fashion di Kabupaten Bekasi, dengan kreativitas sebagai variabel mediasi. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa glass ceiling memiliki pengaruh signifikan terhadap kreativitas, namun tidak berdampak langsung pada keberlanjutan bisnis. Sebaliknya, budaya organisasi terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kreativitas dan keberlanjutan bisnis. Kreativitas berperan sebagai mediator dalam hubungan budaya organisasi dengan keberlanjutan bisnis, yang menegaskan pentingnya menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kolaborasi untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa glass ceiling meskipun memengaruhi kreativitas, tidak berfungsi sebagai penghalang langsung terhadap keberlanjutan bisnis jika faktor-faktor lain seperti budaya organisasi dan kreativitas tetap diperhatikan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis di sektor fashion, perusahaan perlu fokus pada penguatan budaya organisasi yang inklusif dan inovatif serta mengurangi hambatan yang dihadapi perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar perusahaan di industri fashion mengadopsi kebijakan kesetaraan gender untuk mengatasi hambatan glass ceiling dan memperkuat budaya organisasi yang mendukung kreativitas. Langkah ini dapat mencakup program mentoring, promosi berbasis kompetensi, serta pelatihan yang mendorong inovasi dan kolaborasi. Selain itu, pemanfaatan kreativitas karyawan untuk mengembangkan produk ramah lingkungan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Pemerintah dan asosiasi industri juga diharapkan memberikan dukungan melalui pelatihan, insentif, dan penghargaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan variabel untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Afiouni, F., & Karam, C. M. (2019). The Formative Role of Contextual Hardships in Women's Career Calling. *Journal of Vocational Behavior*, 114, 69-87. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.02.008>
- Agung, D. G. (2022). Perilaku Diskriminatif dalam Pengupahan Kerja Bagi Pekerja atau Buruh Antargender. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2), 253-257. doi:<https://doi.org/10.55606/jimak.v1i2.339>
- Ahbab, A. R. A., & Nobanee, H. (2019). Conceptual Building of Sustainable Financial Management & Sustainable Financial Growth. *SSRN Electronic Journal*. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.3472313>
- Amit, Y. D., Vashdi, D. R., & Vigoda-Gadot, E. (2020). Unveiling the Spirit of Publicness: Conceptualization and Validation of a Publicness Perceptions Scale. *Journal of General Management*, 1-14. doi:<https://doi.org/10.1177/03063070241258806>
- Arifiani, R., & Mardiani, I. N. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi dan Kedisiplinan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT YKK Zipco Indonesia. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 159-169. doi:<https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.956>
- Assoratgoon, W., & Kantabutra, S. (2023). Toward a Sustainability Organizational Culture Model. *Journal of Cleaner Production*, 400, 1-18. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136666>
- Awasthy, R., & Singh, D. (2023). Organizational Culture: a Longitudinal Study of a Public Sector Bank. *Parikalpana: KIIT Journal of Management*, 19(2), 45-72. doi:<https://doi.org/10.23862/kiit-parikalpana/2023/v19/i2/223461>
- Babic, A., & Hansez, I. (2021). The Glass Ceiling for Women Managers: Antecedents and Consequences for Work-Family Interface and Well-Being at Work. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.618250>
- BARAKA. (2024). Inovasi dan Kreativitas dalam Budaya Organisasi dalam Mendorong Pertumbuhan dan Keberlanjutan. Retrieved from <https://baraka.uma.ac.id/inovasi-dan-kreativitas-dalam-budaya-organisasi/>
- Barrett, M. S., Creech, A., & Zhukov, K. (2021). Creative Collaboration and Collaborative Creativity: A Systematic Literature Review. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.713445>

- Boeske, J. (2023). Leadership Towards Sustainability: A Review of Sustainable, Sustainability, and Environmental Leadership. *Sustainability*, 15(16), 1-18. doi:<https://doi.org/10.3390/su151612626>
- Bone, E. K., Huber, E., Gribble, L., Lys, I., Dickson-Deane, C., Campbell, C., . . . Brown, C. (2024). A Community-Based Practice for The Co-Development of Women Academic Leaders. *International Journal for Academic Development*, 29(2), 238-254. doi:<https://doi.org/10.1080/1360144X.2024.2356052>
- Bone, P. T. (2021). Febriany Eddy, Bukti Kesetaraan Gender di Industri Tambang Indonesia. Retrieved from <https://market.bisnis.com/read/20210429/192/1388025/febriany-eddy-bukti-kesetaraan-gender-di-industri-tambang-indonesia>
- BPS. (2024). Proporsi Perempuan yang Berada di Posisi Managerial Menurut Provinsi, 2021-2023.
- Brem, A., & Puente-Diaz, R. (2019). Role of Creativity in The Management of Innovation, The: State of The Art and Future Research Outlook. Retrieved from https://www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/Creativity_Innovation_Sustainability
- Brisbane, L., Hua, W., & Jamieson, T. (2023). Morality and the Glass Ceiling: How Elite Rhetoric Reflects Gendered Strategies and Perspectives. *Politics & Gender*, 19(3), 806-840. doi:<https://doi.org/10.1017/S1743923X2200023X>
- Damayanti, A. W. (2024). Mengarusutamakan Kesetaraan Gender untuk Ekonomi Berkelanjutan. Retrieved from <https://www.antaranews.com/berita/4418941/mengarusutamakan-kesetaraan-gender-untuk-ekonomi-berkelanjutan?page=all>
- Das, S., & Kotikula, A. (2019). *Gender-Based Employment Segregation: Understanding Causes and Policy Interventions*. Washington: World Bank Group.
- Dewi, A. P. (2024). KPPPA: Penguatan SDM Penting Guna Terapkan Kebijakan Perspektif Gender. Retrieved from <https://www.antaranews.com/berita/4255819/kpppa-penguatan-sdm-penting-guna-terapkan-kebijakan-perspektif-gender>
- Fairuzi, A., & Tjahjadi, B. (2022). Women Directors and Firm Profitability: The Role of Corporate Environmental Responsibility Engagement. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(2), 106-116. doi:<https://doi.org/10.9744/jak.24.2.106-116>
- Febriani, F. A., & Ramli, A. H. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Keterikatan Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 309-320. doi:<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1999>
- Feri, S., Rahmat, A., & Supeno, B. (2020). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Studi pada PT. Champion Kurnia Djaja Technologies. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(1), 134-151. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i1.172>
- Ganiyu, R. A., Oluwafemi, A., Ademola, A. A., & Olatunji, O. I. (2018). The Glass Ceiling Conundrum: Illusory belief or Barriers that impede Women's Career Advancement in the Workplace. *Journal of Evolutionary Studies in Business (JESB)*, 3(1), 137-166. doi:<https://doi.org/10.1344/jesb2018.1.j040>
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., & Kumar, P. (2022). An Examination of Customer Relationship Management and Business Sustainability in Small and Medium Enterprises. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRM)*, 13(1), 1-20. doi:<https://doi.org/10.4018/ijcrm.300832>
- Harini, S., Kartini, T., & Muzdalifah, G. (2024). The Influence of Organizational Culture, Work Environment, and Leadership on Employee Performance PT Talenta Heba Parnita Depok. *KINERJA*, 28(1), 59-73. doi:<https://doi.org/10.24002/kinerja.v28i1.8175>
- Hayati, K. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Sinergisitas dengan BUMDes dan Desa Pintar (Smart Village). *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 17(3), 170-182. doi:<https://doi.org/10.23960/jbm.v17i3.417>
- He, W.-j. (2023). Positive and Negative Affect Facilitate Creativity Motivation: Findings on The Effects of Habitual Mood and Experimentally Induced Emotion. *Frontiers in Psychology*, 14. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1014612>
- Hermawan, M. S. (2023). Meredefinisi Sustainability berdasarkan Nilai Budaya Indonesia untuk Masa Depan Bisnis yang Lebih Berkelanjutan. Retrieved from <https://bbs.binus.ac.id/ibm/2023/10/meredefinisi-sustainability-berdasarkan-nilai-budaya-indonesia-untuk-masa-depan-bisnis-yang-lebih-berkelanjutan/>
- Hilmiana, H., & Alviani, D. (2023). Can Woman Leaders Shatter the Glass Ceiling? A Systematic Literature Review. *Journal of Human, Earth and Future*, 4(4), 501-510. doi:<https://doi.org/10.28991/HEF-2023-04-04-09>
- Huang, Z., Sindakis, S., Aggarwal, S., & Thomas, L. (2022). The Role of Leadership in Collective Creativity and Innovation: Examining Academic Research and Development Environments. *Frontiers in Psychology*, 13. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1060412>
- Hur, E., & Beverley, K. (2023). Fostering Sustainable Fashion Innovation: Insights from Ideation Tool Development and Co-Creation Workshops. *Sustainability*, 15(21), 1-28. doi:<https://doi.org/10.3390/su152115499>

- Jiao, X., Zhang, P., He, L., & Li, Z. (2023). Business Sustainability for Competitive Advantage: Identifying the Role of Green Intellectual Capital, Environmental Management Accounting and Energy Efficiency. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(2), 1-23. doi:<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2125035>
- Judijanto, L., Fauzi, I., Telaumbanua, E., Syamsulbahri, S., & Merung, A. Y. (2024). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Inovatif, dan Teknologi Digital terhadap Keberhasilan Bisnis Industri Startup di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 2(1), 24-34. doi:<https://doi.org/10.58812/jekws.v2i01.886>
- Kusumaningrum, D. P., & Nurhayati, R. (2024). *Analisis Peran Budaya Organisasi terhadap Praktik Keberlanjutan Bisnis pada Bhume Organic Store and Garden*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Lee, J., Kim, S., Lee, J., & Moon, S. (2019). Enhancing Employee Creativity for a Sustainable Competitive Advantage Through Perceived Human Resource Management Practices and Trust in Management. *Sustainability*, 11(8), 1-16. doi:<https://doi.org/10.3390/su11082305>
- Li, J., Wu, N., & Xiong, S. (2021). Sustainable Innovation In The Context of Organizational Cultural Diversity: The Role of Cultural Intelligence and Knowledge Sharing. *Plos One*, 16(5), 1-22. doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250878>
- Li, Y., Li, B., & Lu, T. (2022). Founders' Creativity, Business Model Innovation, and Business Growth. *Frontiers in Psychology*, 13. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.892716>
- Mahadewi, E. P., Putra, J. M., & Hilmy, M. R. (2024). Analysis of Glass Ceiling and Sustainable Business Optimization for Women Entrepreneurial Careers. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 293-299. doi:<https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.953>
- Mallios, S. (2018). *An Interim Technical Report for the 2018 Field Season: Archaeological Excavations at the Nathan "Nate" Harrison Site in San Diego County, California*. California: Montezuma Publishing.
- Martinez-Fierro, S., & Sancho, M. P. L. (2021). Descriptive Elements and Conceptual Structure of Glass Ceiling Research. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 1-20. doi:<https://doi.org/10.3390/ijerph18158011>
- McKinsey, & Company. (2017). *The State of Fashion 2017*. Chicago: McKinsey & Company.
- Merlin, M. L., & Chen, Y. (2022). Impact of Green Human Resource Management on Organizational Reputation and Attractiveness: The Mediated-Moderated Model. *Frontiers in Environmental Science*, 10. doi:<https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.962531>
- Minutiello, V., Garcia-Sanchez, I.-M., & Aibar-Guzman, B. (2024). The Latest Developments in Research on Sustainability and the Sustainable Development Goals in the Areas of Business, Management and Accounting. *Administrative Sciences*, 14(10), 1-19. doi:<https://doi.org/10.3390/admsci14100254>
- Montanarella, L., & Panagos, P. (2021). The Relevance of Sustainable Soil Management Within the European Green Deal. *Land use Policy*, 100, 1-6. doi:<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104950>
- Nasution, W. S., Irawati, R. I., & Muhafidin, D. (2022). Glass Ceiling dalam Peningkatan Jenjang Karir Pegawai Negeri Sipil Perempuan di Lingkungan Pemerintah Kota Medan. *JANE: Jurnal Administrasi Negara*, 14(1), 368-384. doi:<https://doi.org/10.24198/jane.v14i1.41326>
- Noerchoidah. (2020). Turnover Intention Karyawan: Pengaruh Budaya Organisasi, Organizational Justice dan Kepuasan Kerja. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(2), 290-303. doi:<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i02.p12>
- Nurviza, C., Yusrizal, & Usman, N. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru pada SMA Unggul Negeri 2 Boarding School Kota Banda Aceh. *Jurnal Administrasi Pendidikan: Program Pascasarjana Unsyiah*, 7(1), 41-46.
- Purwanto, A. (2022). Ekonomi Kreatif: Regulasi dan Kontribusi terhadap Perekonomian Nasional. Retrieved from <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-kreatif-regulasi-dan-kontribusi-terhadap-perekonomian-nasional>
- Rachmawati, D. (2024). Tren Belanja Online, Dua Produk Ini Jadi Primadona di e-Commerce. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240716/12/1782764/tren-belanja-online-dua-produk-ini-jadi-primadona-di-e-commerce>
- Rae, D., Titrek, O., Biastutti, M., & Reis, C. F. D. S. (2023). Sustainable Entrepreneurship via Creativity in Organizations. Retrieved from https://www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/Entre_Creat
- Sabharwal, M. (2015). From Glass Ceiling to Glass Cliff: Women in Senior Executive Service. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 25(2), 399-426. doi:<https://doi.org/10.1093/jopart/mut030>
- Saf'ani, F., & Ratnawati, I. (2020). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Kesiapan untuk Berubah sebagai Variabel Intervening dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 (Studi pada Karyawan PT. PELNI Persero Jakarta). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 18(2), 23-33. doi:<https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i2.39167>
- Sampson, S. D., & Moore, L. L. (2008). Is There a Glass Ceiling for Women in Development?. *Nonprofit Management & Leadership*, 18(3), 321-339. doi:<https://doi.org/10.1002/nml.188>

- Samuel, Setyadi, D., & Tricahyadinata, I. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Komitmen Organisasional Afektif yang Dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 16(2), 94-114. doi:<https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.69>
- Sanjayawati, H. (2019). Perilaku Komplain, Penanganan Komplain dan Atribut Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 127-133. doi:<https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3699>
- Sari, I. N. (2023). IdEA Prediksi Transaksi E-Commerce 2023 Mencapai Rp 700 Triliun. Retrieved from <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/63ce095c6f9a1/idea-prediksi-transaksi-e-commerce-2023-mencapai-rp-700-triliun>
- Septiana, A. N., & Haryanti, R. H. (2023). Glass Ceiling pada Pekerja Perempuan: Studi Literatur. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(1), 168-177. doi:<https://doi.org/10.23887/jish.v12i1.58384>
- Sholihudin, A., & Jalal, A. (2023). Determinan Sustainability dalam Konsep Keuangan Ekonomi Kreatif pada UMKM di Kabupaten Lamongan. *JEMB: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(2), 141-156.
- Siswanti, Y., & Muafi. (2022). Ethical Leadership Style in Moderating the Influence of Green Organizational Culture on Green Innovative Behavior: SMEs Cases. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(4), 1153-1160. doi:<https://doi.org/10.18280/ijstdp.170413>
- Syana, A. B. (2020). Kreativitas dan Inovasi Jadi Faktor Penentu Pertumbuhan Bisnis. Retrieved from <https://www.marketeers.com/kreativitas-dan-inovasi-jadi-faktor-penentu-pertumbuhan-bisnis/>
- Ussyarovi, A., & Oktora, S. I. (2023). Proporsi Perempuan yang Bekerja pada Posisi Manajerial di Indonesia Tahun 2015-2021: Pendekatan Feasible Generalized Least Square. *Jurnal Statistika dan Aplikasinya*, 7(1), 62-73. doi:<https://doi.org/10.21009/jsa.07106>
- Wijayanti, R., Sugiyanto, E. K., & Sukmadewi, Y. D. (2022). Glass Ceiling Perception on Career Advancement: Women Lecturers, in Indonesia. *International Journal of Management Excellence*, 16(3), 2359-2366. doi:<https://doi.org/10.17722/ijme.v16i3.1248>
- Wikipedia. (2022). Sustainable Business. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_business
- Wikipedia. (2024). Ministry of Women Empowerment and Child Protection. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Ministry_of_Women_Empowerment_and_Child_Protection
- Yague-Perales, R. M., Perez-Ledo, P., & March-Chorda, I. (2021). Analysing the Impact of the Glass Ceiling in a Managerial Career: the Case of Spain. *Sustainability*, 13(12), 1-18. doi:<https://doi.org/10.3390/su13126579>
- Zarkasyi, M. R., & Kurniawan, D. A. (2022). *Pengembangan Industri Kreatif dan Peran Penta Helix*. Jawa Timur: UNIDA Gontor Press.
- Zartha, J., Orozco, G., Barreto, D., & Garcia, D. (2024). Sustainable Innovation in Organizations: A Look from Processes, Products, and Services. *Sustainability*, 16(6), 1-16. doi:<https://doi.org/10.3390/su16062503>