

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era ekonomi digital, transformasi bisnis tidak lagi semata-mata soal penerapan teknologi, melainkan lebih jauh menyangkut kesiapan sumber daya manusia (SDM) untuk mengoptimalkan teknologi agar tercipta keunggulan kompetitif berkelanjutan. Perubahan teknologi bukan hanya memperkenalkan alat baru, tetapi juga menuntut tata cara kerja baru, pola hubungan baru antara pekerja dan organisasi, serta asumsi baru mengenai kapabilitas manusia (*human capital*) dalam lingkungan digital. Dalam konteks ini, keberhasilan digitalisasi sangat ditentukan oleh sejauh mana manusia di dalam organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi, menginternalisasi nilai-nilai baru dalam bekerja, dan mengembangkan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan organisasi modern.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi aktor kunci dalam perekonomian nasional karena perannya yang strategis dalam menyerap tenaga kerja serta mendistribusikan pendapatan secara merata. Secara hukum, UMKM didefinisikan sebagai entitas usaha produktif yang mandiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha, dan bukan merupakan bagian dari anak perusahaan maupun cabang usaha besar.



Gambar diatas mengilustrasikan komposisi lima sektor terbesar Usaha Industri Mikro dan Kecil (IMK) berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), yang didominasi oleh industri makanan, industri kayu serta anyaman, industri pakaian jadi, industri tekstil, dan pengolahan lainnya. Data ini menunjukkan bahwa UMKM, terutama di bidang industri mikro dan kecil, mayoritas berfokus pada manufaktur yang berorientasi pada kebutuhan konsumsi sehari-hari serta padat karya, dengan jumlah unit usaha yang sangat melimpah. Kepemimpinan industri makanan sebagai sektor IMK terbesar mencerminkan sifat UMKM yang selaras dengan kebutuhan pokok masyarakat, mudah diakses (dengan hambatan masuk rendah), serta memanfaatkan sumber daya lokal. Karakteristik ini semakin mengukuhkan UMKM sebagai pilar utama perekonomian nasional, khususnya dalam mendukung ekonomi lokal dan berbasis rakyat.

Meskipun demikian, dominasi UMKM oleh usaha skala kecil dengan keterbatasan modal, teknologi, serta akses pasar membuatnya rentan menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kian cepat berubah. Bersamaan dengan kemajuan pesat teknologi informasi-komunikasi dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital untuk mencari, memilih, serta membeli barang, UMKM harus beradaptasi agar bisa bersaing dan bertahan lama. Situasi ini menekankan urgensi transformasi ke ranah digital, yang dikenal sebagai UMKM digital.

UMKM digital adalah pelaku usaha yang telah menyematkan teknologi digital ke dalam operasionalnya, mencakup pemasaran, distribusi, transaksi, hingga manajemen bisnis, sehingga efisiensi proses meningkat dan pasar yang diraih pun melebar. Transformasi ini sangat krusial bagi sektor UMKM unggulan seperti industri makanan, pakaian jadi, dan tekstil, yang berpotensi besar menaikkan nilai tambah produk serta daya saing lewat media sosial, marketplace, dan pembayaran digital. Oleh karena itu, penguatan UMKM via digitalisasi bukan sekadar adaptasi teknologi, melainkan strategi vital untuk optimalisasi kinerja usaha, keterlibatan karyawan dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Sebagaimana diungkapkan dalam artikel berjudul *“Digitalisasi UMKM: Revolusi Ekonomi Indonesia di Era E-Commerce”*, digitalisasi merupakan langkah revolusioner yang tidak hanya berkaitan dengan integrasi teknologi informasi, melainkan juga perubahan paradigma dalam cara pelaku usaha dan tenaga kerja mengelola bisnis.



Gambar 1. 1 Kementerian Koperasi dan UKM

Gambar 1 menyatakan bahwa, memperkuat tren tersebut. Berdasarkan laporan resmi lembaga tersebut, jumlah UMKM yang telah masuk ke dalam ekosistem digital meningkat secara signifikan dalam lima tahun terakhir : dari hanya 7 juta unit pada tahun 2020, meningkat menjadi 16,4 juta pada 2021, 20,76 juta pada 2022, 24 juta pada 2023, dan mencapai 30 juta pada 2024. Peningkatan ini menunjukkan adanya akselerasi digitalisasi di sektor UMKM, terutama pascapandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi digital untuk aktivitas ekonomi. Namun, di sisi lain, peningkatan tersebut belum diikuti oleh peningkatan kualitas kompetensi SDM di dalamnya, khususnya dalam hal literasi digital, inovasi berbasis data, serta kemampuan adaptif terhadap perubahan teknologi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Dengan berkembangnya ekosistem digital terutama kepada UMKM memberikan dampak yang sangat baik bagi perekonomian Indonesia dan juga membuka lowongan pekerjaan di Indonesia. Menurut Metro TV, rilis terbaru kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai sekitar 61,07% dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Berdasarkan Sokoguru, pada 2023 hanya sekitar 41,51% pelaku usaha yang memanfaatkan niaga elektronik. Hal ini menunjukkan masih terdapat gap besar dalam digitalisasi UMKM, khususnya terkait kesiapan SDM dan adopsi teknologi secara menyeluruh.

Kesenjangan antara tingkat digitalisasi dan kesiapan SDM ini mengindikasikan bahwa digitalisasi bukan semata persoalan teknologi, tetapi terutama persoalan manusia. Organisasi yang hanya berfokus pada investasi sistem digital tanpa mempersiapkan SDM yang mampu mengoperasikan, beradaptasi, dan berinovasi dengan teknologi tersebut akan menghadapi hambatan dalam mewujudkan transformasi digital yang berkelanjutan. Kesiapan manusia termasuk kompetensi digital, literasi teknologi, adaptabilitas, motivasi kerja, dan identifikasi terhadap organisasi menjadi faktor penentu suksesnya transformasi digital di sektor UMKM.

Meskipun banyak penelitian telah menyoroti transformasi digital pada UMKM dan UKM, fokus yang dominan adalah pada aspek **teknologi** (misalnya penerapan platform digital, e-commerce, analitik big data) dan pemasaran digital (social media marketing, e-commerce marketplaces) sebagai faktor keberhasilan. Sebagai contoh, studi oleh Hidayat et al. (2025) menemukan bahwa sekitar 80% UMKM di Jabodetabek mengadopsi social media sebagai alat pemasaran namun mengalami kendala dalam strategi dan kompetensi digital. Selain itu, penelitian tentang transformasi digital UMKM di Indonesia masih cenderung menitikberatkan pada aspek teknologi dan strategi pemasaran, sementara dimensi perilaku organisasi dan kesiapan SDM kurang diperhatikan. Studi yang dilakukan oleh Nazaruddin et al (2024) menegaskan bahwa sebagian besar riset tentang digitalisasi UMKM di Indonesia masih berfokus pada penggunaan teknologi serta infrastruktur digital, sedangkan variabel seperti *organizational behavior*, *employee identification*, dan *engagement* jarang dibahas secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menyoroti peran faktor manusia sebagai pendorong keberhasilan transformasi digital UMKM.



Gambar 1. 2 SDGs 8

Selain memberikan kontribusi teoretis, penelitian ini juga memiliki relevansi yang kuat dengan agenda Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya SDGs 8 (*Decent Work and Economic*

Growth) dan SDG 9 (*Industry, Innovation, and Infrastructure*). SDG 8 menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan melalui peningkatan produktivitas, inovasi, serta penciptaan pekerjaan layak. Dalam konteks ini, UMKM digital berperan sebagai penggerak utama ekonomi nasional yang menyediakan lebih dari 97% lapangan kerja di Indonesia dan menyumbang lebih dari 61% terhadap PDB nasional pada tahun 2024. Keberhasilan UMKM digital dalam mencapai produktivitas yang tinggi tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia yang memiliki komitmen organisasi, keterlibatan kerja, dan identifikasi terhadap organisasi dimensi penting dalam membangun human capital berkelanjutan.



Gambar 1. 3 SDGs 9

Sementara itu, SDGs 9 menyoroti peran inovasi, infrastruktur, dan industrialisasi berkelanjutan dalam mendorong daya saing dan ketahanan ekonomi. Penguatan *digital entrepreneurship* melalui pengembangan kompetensi SDM dan budaya organisasi inovatif menjadi bagian integral dari pencapaian SDGs 9, terutama dalam menciptakan ekosistem inovasi digital bagi UMKM.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh

kesiapan teknologi dan strategi pemasaran, tetapi juga oleh faktor manusia yang menjadi motor utama penggerak inovasi, produktivitas, dan keberlanjutan organisasi. Aspek-aspek seperti *Organizational Identification (OI)*, *Organizational Commitment (OC)*, dan *Work Engagement (WE)* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan kinerja karyawan, khususnya dalam konteks organisasi digital yang dinamis dan kompetitif. Maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Human Capital for Sustainable Digital Entrepreneurship: How Organizational Identification Improves Job Performance Through Organizational Commitment and Work Engagement in Digital MSMEs.” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi, khususnya dalam konteks UMKM digital yang tengah berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) 8 dan SDG 9. Secara teoretis, penelitian ini berupaya memperluas literatur dengan menjelaskan bagaimana proses psikologis dan komitmen karyawan berperan dalam meningkatkan kinerja pada organisasi digital berskala kecil dan menengah.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemilik dan pengelola UMKM digital untuk membangun iklim organisasi yang inklusif dan berorientasi pada penguatan identifikasi serta keterlibatan karyawan, sehingga mampu mendorong inovasi, produktivitas, dan daya saing yang berkelanjutan di era ekonomi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya wawasan akademik, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan *job performance* dan keberlanjutan bisnis di sektor UMKM digital Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Organizational Identification (OI)* berpengaruh terhadap *Job Performance (JP)* pada karyawan UMKM digital di Indonesia?

2. Apakah *Organizational Identification* (OI) berpengaruh terhadap *Organizational Commitment* (OC) pada karyawan UMKM digital?
3. Apakah *Organizational Identification* (OI) berpengaruh terhadap *Work Engagement* (WE) pada karyawan UMKM digital?
4. Apakah *Organizational Commitment* berpengaruh terhadap *Job Performance* pada karyawan UMKM digital?
5. Apakah *Work Engagement* berpengaruh terhadap *Job Performance* pada karyawan UMKM digital?
6. Apakah *Organizational Commitment* memediasi hubungan antara *Organizational Identification* dan *Job Performance*?
7. Apakah *Work Engagement* memediasi dalam hubungan antara *Organizational Identification* dan *Job Performance*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Organizational Identification* (OI) terhadap *Organizational Commitment* (OC) pada karyawan UMKM digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Organizational Identification* (OI) terhadap *Work Engagement* (WE) pada karyawan UMKM digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung *Organizational Identification* (OI) terhadap *Job Performance* (JP) pada karyawan UMKM digital.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Organizational Commitment* (OC) terhadap *Job Performance* (JP) pada karyawan UMKM digital.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Work Engagement* (WE) terhadap *Job Performance* (JP) pada karyawan UMKM digital.

6. Untuk mengetahui apakah *Organizational Commitment* (OC) memediasi dalam hubungan antara *Organizational Identification* (OI) dan *Job Performance* (JP).
7. Untuk mengetahui apakah *Work Engagement* (WE) memediasi dalam hubungan antara *Organizational Identification* (OI) dan *Job Performance* (JP).

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia (SDM), perilaku organisasi (*organizational behavior*), dalam UMKM Digital.
- Penelitian ini juga memperkuat konsep *human capital for sustainable digital entrepreneurship*, dengan menekankan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi, melainkan juga oleh kapabilitas manusia, motivasi, dan rasa memiliki terhadap organisasi.

Manfaat Praktis

- Melalui penelitian ini, berharap bagi pelaku dan pengelola UMKM digital, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memahami pentingnya membangun identifikasi organisasi yang kuat di antara karyawan. Ketika karyawan merasa menjadi bagian dari organisasi dan memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan tujuan perusahaan, mereka cenderung menunjukkan komitmen yang lebih tinggi, keterlibatan kerja yang lebih aktif, serta performa kerja yang lebih baik.
- Dengan demikian, penelitian ini dapat memahami hubungan yang masih terbatas mengenai *Organizational Identification*, *Organizational Commitment*, *Work Engagement*, dan *Job Performance* dalam UMKM Digital berskala mikro, kecil, dan menengah di Indonesia.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, memiliki keterbatasan terkait masalah dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa batasan yang dapat diterapkan :

1. Peneliti membatasi penelitian ini dengan variabel mediasi *Organizational Commitment* dan *Work Engagement* dan *Organizational Identification* sebagai variabel Independen serta pengaruhnya terhadap *Job Performance* sebagai variabel dependen.
2. Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha dan karyawan dari UMKM Digital dan yang sudah bekerja kurang lebih selama 3 bulan di UMKM Digital.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, kita akan membahas teori *Organizational Identification*, termasuk definisi, elemen, dan relevansinya dalam dunia kerja. Selain itu, kita akan membahas teori dan indikator *job performance*, *organizational commitment*, *employee*, serta *employee engagement*.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas desain penelitian, termasuk pendekatan, metode survei, dan pemilihan sampel. Instrumen penelitian akan dijelaskan, termasuk alat yang digunakan dalam pengumpulan data, seperti kuesioner yang disebarkan kepada responden. Penulis juga akan menjelaskan prosedur pengumpulan data, termasuk langkah-langkahnya dan teknik analisis yang akan digunakan. Populasi

dan sampel studi, serta teknik pengolahan data dan analisis statistik akan diuraikan secara rinci.

Bab IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini akan di jelaskan dalam bab ini, menekankan temuan utama berdasarkan analisis data yang diperoleh. Penulis juga akan menganalisis hubungan antara *Organizational Identification*, *Job Performance*, *Organizational Commitment Employee*, serta *Employee Engagement* sebagai variabel mediasi.

Bab V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir, penulis akan menyajikan simpulan dari penelitian ini, termasuk jawaban terhadap rumusan masalah. Penulis akan membahas apa arti studi ini bagi bisnis dan pekerja, serta menawarkan beberapa rekomendasi untuk praktik terbaik manajemen sumber daya manusia dan studi mendatang.