

KUNCI ADAPTASI UMKM INDONESIA DI ERA DIGITAL: Panduan Praktis Mengembangkan Kepercayaan Diri dan Orientasi Tujuan Wirausaha untuk Bisnis Berkelanjutan.

ANIS ANSHARI MAS'UD, S.KOM., M.M.

AHMAD K, S.E., M.M

ANDI PUTRI TENRIYOLA, S.E., M.M.

2026



PENERBIT AGMA

KUNCI ADAPTASI UMKM INDONESIA DI ERA DIGITAL:

Panduan Praktis Mengembangkan Kepercayaan Diri dan Orientasi Tujuan Wirausaha untuk Bisnis Berkelanjutan.

Penulis:

Anis Anshari Mas'ud

Ahmad K

Andi Putri Tenriyola

ISBN: 978-634-7063-64-9

Editor:

Baharuddin

Perancang Sampul:

Tim Agma Kreatif Indonesia

Penata Letak:

Ahmad Sidiq

Sumber Sampul:

Canva.com

Diterbitkan Oleh:

AGMA (IKAPI Member No: 054/SSL/2023)

**Redaksi:**

PT. AGMA KREATIF INDONESIA

Jl. Dirgantara, Kel. Mangalli, Kec. Pallangga,

Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. 92161

Telp: (0411) 8201421, HP/WA: 08114489177

Web: www.penerbitagma.com, book.penerbitagma.my.id

Email: agma.myteam@gmail.com



Edisi Pertama, Februari 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit..

Mas'ud Anis Anshari, Ahmad K, Andi Putri Tenriyola. (2026). KUNCI ADAPTASI UMKM INDONESIA DI ERA DIGITAL: Panduan Praktis Mengembangkan Kepercayaan Diri dan Orientasi Tujuan Wirausaha untuk Bisnis Berkelanjutan. Gowa: Penerbit Agma

viii + 102; 15,5 x 23 cm

ISBN 978-634-7063-64-9 (PDF)



9

786347

063649

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, dan kelapangan pikiran sehingga buku ini dapat tersusun dan diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan bagi seluruh manusia dalam berusaha, berproses, dan tidak pernah berhenti belajar dalam setiap perubahan zaman.

Buku berjudul *KUNCI ADAPTASI UMKM INDONESIA DI ERA DIGITAL: Panduan Praktis Mengembangkan Kepercayaan Diri dan Orientasi Tujuan Wirausaha untuk Bisnis Berkelanjutan* ini lahir dari kebutuhan nyata di lapangan bahwa digitalisasi bukan hanya persoalan perangkat, keterampilan teknis, atau desain pemasaran, tetapi juga persoalan psikologis yang jauh lebih dalam, yakni cara pelaku UMKM memandang dirinya, menilai kemampuannya, dan menetapkan arah usahanya. Dalam proses penyusunan buku ini, penulis menemukan fakta bahwa banyak UMKM yang telah mendapatkan akses pelatihan digital dan pendampingan usaha, namun hanya sebagian yang mampu tumbuh berkelanjutan. Di titik itulah pertanyaan besar muncul, *apa yang membedakan mereka yang bertahan dari mereka yang berhenti?*

Jawaban atas pertanyaan itu membawa buku ini pada satu fokus utama: kekuatan adaptasi berasal dari dalam diri. Bukan hanya dari teknologi yang dikuasai, tetapi dari keberanian untuk belajar, kepercayaan diri untuk mencoba ulang, serta kemampuan menetapkan tujuan yang jelas. Melalui sepuluh bab, buku ini menyatukan teori, hasil riset empiris, dan panduan praktis yang dapat langsung diaplikasikan oleh pelaku usaha, pendamping UMKM, akademisi, maupun perancang kebijakan daerah.

Penulis menyadari bahwa UMKM Indonesia tidak hanya butuh modal dan alat digital, tetapi juga butuh *mental entrepreneurship*. Buku ini menjadi wujud ikhtiar agar pelaku usaha dapat membaca

kembali kekuatan batinnya, mengenali sumber daya psikologis yang dimilikinya, dan mengolahnya menjadi daya dorong adaptasi jangka panjang. Metode penyusunan referensi ilmiah dikombinasikan dengan praktik aplikatif, sehingga pembaca tidak hanya memahami konsep, tetapi dapat mempraktikkannya dalam kehidupan usaha sehari-hari.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi masukan, dukungan moral, dan ruang intelektual dalam proses penyusunan karya ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.

Harapan terbesar dari kehadiran buku ini adalah agar setiap pelaku UMKM di Indonesia dapat tumbuh dengan percaya diri, berorientasi pada tujuan yang jelas, dan memiliki ketahanan mental dalam menghadapi perubahan. Jika pelaku usaha berani melangkah, maka digitalisasi bukan lagi ancaman, melainkan kesempatan untuk naik kelas dan memimpin masa depan ekonomi bangsa.

Semoga buku ini memberikan manfaat, menjadi amal jariah, dan melahirkan lebih banyak pengusaha Indonesia yang kuat dalam karakter dan unggul dalam daya adaptasi. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Makassar, Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL → III

KATA PENGANTAR → V

DAFTAR ISI → IX

BAB 1 PENDAHULUAN → 1

BAB 2 TRANSFORMASI TEKNOLOGI DAN SOCIETY 5.0. → 9

BAB 3 POSISI UMKM INDONESIA DALAM EKONOMI DIGITAL →
21

BAB 4 KERANGKA PSIKOLOGIS DALAM ADAPTASI UMKM
DIGITAL. → 31

BAB 5 RANCANG BANGUN RISET → 39

BAB 6 KONSTRUKSI ANTESEDEN PSIKOLOGIS PELAKU UMKM:
INTEGRASI PRESTISE PEKERJAAN DAN KEPRIBADIAN
PROAKTIF. → 45

BAB 7 SELF-SYSTEM SEBAGAI MOTOR ADAPTABILITAS KARIER
UMKM DALAM EKONOMI 5.0 → 57

BAB 8 MEKANISME MEDIASI PSIKOLOGIS DALAM
ADAPTABILITAS UMKM → 71

BAB 9 PRAKTIK MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI WIRAUSAHA
DALAM ADAPTASI UMKM DIGITAL → 85

BAB 10 PENUTUP. → 95

DAFTAR PUSTAKA. → 99

BAB 1

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah mengubah struktur ekonomi global dan pola interaksi sosial manusia. Digitalisasi tidak lagi dipandang sekadar inovasi, tetapi telah menjadi fondasi baru aktivitas produksi, perdagangan, hingga model konsumsi masyarakat modern. Konsep *Society 5.0* diperkenalkan Jepang tahun 2019 sebagai model masyarakat yang menempatkan kecerdasan buatan dan teknologi digital sebagai bagian yang terintegrasi dalam kehidupan manusia (Fukuyama, 2020). Paradigma baru ini menegaskan bahwa teknologi bukan hanya alat produksi, melainkan infrastruktur yang melekat pada hampir seluruh lini aktivitas manusia. Perubahan tersebut memaksa pelaku usaha dari berbagai sektor, termasuk UMKM, untuk melakukan akselerasi literasi digital agar tidak tergerus kompetisi.

Di Indonesia, UMKM merupakan penopang utama kestabilan ekonomi nasional karena menyerap tenaga kerja terbesar dan menjadi tulang punggung rantai pasok industri. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia tercatat mencapai lebih dari 61%, dan sektor ini menyerap tenaga kerja hingga 97% populasi produktif (Kementerian Koperasi & UKM, 2023). Meskipun kontribusinya besar, tingkat resiliensi UMKM menghadapi perubahan digital masih belum merata. Banyak pelaku usaha yang belum percaya diri menggunakan teknologi digital, belum memahami arah pengembangan bisnis berbasis data, serta masih ragu berkompetisi pada pasar yang lebih luas (Abdullah & Aris, 2022). Tantangan ini menunjukkan bahwa

BAB 2

TRANSFORMASI TEKNOLOGI DAN SOCIETY 5.0



A. Evolusi Teknologi Digital dan Perubahan Ekonomi Dunia

Perkembangan teknologi dalam dua abad terakhir menciptakan revolusi besar dalam struktur sosial dan ekonomi global. Dimulai dari Revolusi Industri 1.0 yang memperkenalkan mesin uap dan mekanisasi untuk menggantikan tenaga manusia dan hewan, dunia mulai bergerak menuju sistem produksi yang lebih cepat dan terstandarisasi. Revolusi Industri 2.0 kemudian menghadirkan listrik dan produksi massal, mengubah tata kelola manufaktur dan memperluas pasar ekspor. Masuk ke Revolusi Industri 3.0, komputer dan otomasi digital mulai memainkan peran kunci dalam sistem operasi perusahaan. Perubahan besar terjadi lagi saat Revolusi Industri 4.0 menghadirkan *Internet of Things* (IoT), otomatisasi, dan integrasi sistem siber-fisik (Schwab, 2016). Seluruh fase ini menunjukkan bahwa teknologi tidak pernah statis, ia terus berkembang mengikuti kebutuhan manusia dan kompleksitas pasar global.

Internet menjadi titik balik terbesar dalam sejarah digital karena menghubungkan informasi dan manusia secara global. Pada awal dekade 1990-an, internet mulai digunakan secara publik dan mempercepat proses pertukaran data tanpa batas geografis. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya bergantung pada pertemuan fisik kemudian beralih menjadi interaksi daring yang lebih efisien dan inklusif. E-commerce, platform digital, dan layanan berbasis jaringan

BAB 3

POSISI UMKM INDONESIA DALAM EKONOMI DIGITAL



A. Posisi UMKM Indonesia dalam Peta Digital Nasional

UMKM merupakan tulang punggung utama perekonomian Indonesia karena jumlah unit usahanya mendominasi lebih dari 97 persen total pelaku bisnis nasional. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto mencapai lebih dari 60 persen, menjadikannya sektor strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi negara (Kemenkop UKM, 2023). Namun secara historis UMKM berkembang dalam sistem produksi konvensional berbasis fisik dan transaksi tatap muka. Ketika digitalisasi datang, tidak semua pelaku usaha siap beradaptasi karena pola berpikir bisnis sudah melekat pada model lama. Banyak usaha tetap bertahan di jalur tradisional meskipun peluang pasar digital lebih luas dan lebih efisien biaya. Ketidakmampuan transisi ini menempatkan UMKM pada posisi rawan dalam peta persaingan ekonomi terbaru.

Salah satu perbedaan paling mencolok antara UMKM konvensional dan UMKM digital adalah cara mengakses pasar. UMKM tradisional mengandalkan lokasi fisik, pelanggan sekitar, dan promosi mulut ke mulut, sementara UMKM digital dapat menjangkau pasar nasional hingga internasional hanya dengan satu gawai. Model distribusi tidak lagi bertumpu pada geografi, melainkan pada konten dan algoritma platform (Laudon & Traver, 2021). Dengan demikian, pelaku yang mampu beradaptasi dengan digitalisasi memiliki peluang ekspansi jauh lebih besar dibanding yang bertahan pada metode tradisional. Di sinilah terjadi divergensi antara UMKM yang tumbuh cepat dan UMKM yang stagnan.

BAB 4

KERANGKA PSIKOLOGIS DALAM ADAPTASI UMKM DIGITAL

Psikologi kewirausahaan menjadi bagian penting dalam membaca dinamika bisnis digital modern, karena kesuksesan usaha tidak hanya ditentukan oleh teknologi tetapi juga oleh kesiapan mental pelaku bisnis. Dalam konteks UMKM Indonesia, banyak pelaku usaha berhasil bertahan bukan karena modal besar, tetapi karena mentalitas adaptif yang kuat. Psikologi kewirausahaan mempelajari bagaimana keyakinan diri, orientasi nilai, kemampuan pengambilan keputusan, dan motivasi internal membentuk perilaku bisnis (Frese & Gielnik, 2014). Di era ekonomi digital, pelaku usaha tidak lagi cukup hanya pandai memproduksi barang; mereka harus mampu mengelola emosi, tekanan kompetitif, dan ketidakpastian pasar. Karena itu, pembahasan dalam bab ini dimulai dari pemahaman bagaimana mental wirausaha membentuk kesiapan adaptasi.

Psikologi kewirausahaan berperan sebagai fondasi kognitif dan emosional bagi UMKM dalam menghadapi perubahan yang cepat. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk mengambil keputusan berbasis data, mencoba strategi baru, dan berhadapan dengan kegagalan lebih sering. Tanpa kesiapan mental, proses ini menimbulkan kelelahan emosional dan mendorong pelaku usaha kembali ke cara lama yang lebih nyaman. Namun dengan mental yang kuat, pelaku usaha melihat kegagalan bukan sebagai hambatan tetapi sebagai proses belajar (Dweck, 2016). Oleh karena itu, kemampuan berpikir fleksibel dan adaptif menjadi modal paling penting di era digital.

BAB 5

RANCANG BANGUN RISET

Pendekatan yang digunakan dalam riset ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan proses pengukuran data secara numerik melalui penyebaran kuesioner. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memperoleh gambaran empiris mengenai fenomena yang terjadi pada pelaku UKM dan menguji hubungan antar variabel menggunakan perhitungan statistik. Dalam pelaksanaannya, metode kuantitatif sangat mengandalkan instrumen berupa angket/kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data. Oleh sebab itu, penelitian ini dirancang untuk meneliti populasi atau sampel secara langsung dengan mengumpulkan data primer dari responden. Data primer yang dimaksud merupakan informasi yang diperoleh langsung dari jawaban responden melalui form isian *Google Form*. Jawaban yang diberikan disusun dalam pilihan jawaban terarah untuk memudahkan proses analisis. Pernyataan yang ada dalam kuesioner diukur menggunakan Skala Likert, karena skala ini memungkinkan peneliti menilai sejauh mana sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena yang sedang dikaji. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019), skala Likert merupakan alat ukur paling banyak digunakan untuk menilai respon sikap dalam penelitian sosial.

Populasi penelitian ini mencakup seluruh pelaku UKM yang berada di Provinsi Sulawesi Barat. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Barat Tahun 2023, jumlah unit usaha mikro dan kecil yang tercatat beroperasi adalah sebanyak 19.938

BAB 6

KONSTRUKSI ANTESEDEN PSIKOLOGIS PELAKU UMKM: INTEGRASI PRESTISE PEKERJAAN DAN KEPRIBADIAN PROAKTIF

Transformasi digital mendorong UMKM memasuki fase baru perkembangan ekonomi, di mana keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh akses modal, teknologi, atau jaringan pemasaran, melainkan fondasi psikologis pelaku usaha itu sendiri. Dalam ekosistem Society 5.0, manusia bukan lagi objek yang mengikuti teknologi, tetapi subjek yang menentukan arah teknologi. Oleh karena itu, sumber daya psikologis seperti *goal orientation* dan *self-esteem* menjadi modal psikis utama yang menunjang keberlanjutan usaha. Bab ini menelusuri bagaimana dua variabel penentu *prestise pekerjaan (OP)* sebagai faktor sosial-eksternal dan *kepribadian proaktif (PP)* sebagai pendorong internal yang membentuk core mental entrepreneur. Dengan memperluas dukungan teori dan hasil riset global, bab ini memaparkan pola pembentukan mindset yang menjadi fondasi adaptasi UMKM dalam lingkungan kompetitif dinamis.

Prestise pekerjaan dalam UMKM tidak hanya terkait persepsi penghasilan atau status sosial, tetapi juga gambaran identitas budaya dan makna eksistensi pelaku usaha. Ketika masyarakat melihat pengusaha sebagai figur terhormat, modern, inovatif, dan berdaya, maka persepsi tersebut menyatu dalam konsep diri pelaku UMKM.

BAB 7

SELF-SYSTEM SEBAGAI MOTOR ADAPTABILITAS KARIER UMKM DALAM EKONOMI 5.0

Adaptabilitas karier pada pelaku UMKM dibangun dari sebuah sistem diri yang terdiri dari mekanisme psikologis yang saling menguatkan, dan bukan hanya sekadar kemampuan teknis dalam memanfaatkan teknologi. Bab ini menguraikan peran kepribadian proaktif dan harga diri sebagai dua tiang utama dalam sistem tersebut. Temuan empiris menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan langsung dengan adaptabilitas karier, yang berarti perubahan perilaku adaptif di lapangan tidak terjadi secara kebetulan, melainkan melalui kekuatan internal yang tertanam pada individu. Dengan demikian, adaptabilitas perlu dipahami sebagai kapasitas mental, bukan hanya keterampilan operasional.

Kepribadian proaktif merupakan predisposisi individu untuk bertindak, mengambil peluang, dan menciptakan perubahan bahkan saat belum diperlukan. Dalam konteks UMKM, pelaku usaha yang proaktif akan lebih siap berevolusi ketika pola permintaan pasar berubah, ketika digitalisasi memaksa distribusi berpindah platform, atau ketika persaingan mengharuskan pivot strategi. Dalam banyak kasus, yang membedakan pelaku usaha yang bertahan dan tumbuh dari yang berhenti bukanlah besarnya modal, tetapi kemampuan untuk bergerak lebih cepat dari situasi. Karena itu, proaktivitas bukan hanya sifat, melainkan pondasi perilaku adaptif.

Data empiris menunjukkan bahwa kepribadian proaktif memberikan kontribusi langsung terhadap adaptabilitas karier

BAB 8

MEKANISME MEDIASI PSIKOLOGIS DALAM ADAPTABILITAS UMKM

Bab ini menguraikan bagaimana adaptabilitas karier pelaku UMKM tidak terbentuk secara linear, melainkan melalui proses psikologis bertingkat yang dimediasi oleh kepribadian proaktif, orientasi tujuan, serta harga diri. Temuan kuantitatif yang telah diperoleh menunjukkan adanya hubungan signifikan yang tidak hanya muncul dalam jalur langsung, tetapi juga melalui mekanisme perantara yang bekerja stabil dan konsisten. Pendekatan ini selaras dengan paradigma baru dalam penelitian entrepreneurship, yang menekankan bahwa adaptasi bukan hanya konsekuensi pengetahuan teknis, tetapi juga respons emosional dan kognitif individu terhadap perubahan (Liu et al., 2024). Dengan demikian, bab ini bukan sekadar interpretasi statistik, tetapi pembacaan perilaku manusia di balik angka. Melalui struktur mediasi ini, bab 8 menjadi titik penghubung antara teori tindakan, kompetensi personal, serta keberlanjutan usaha dalam realitas ekonomi digital.

Kepribadian proaktif bertindak sebagai fondasi dinamika adaptif yang menginisiasi perubahan perilaku. Individu proaktif lebih sensitif terhadap peluang, lebih responsif terhadap perubahan, serta tidak menunggu keadaan ideal untuk bertindak. Karakter ini terbukti memiliki kontribusi kuat terhadap komponen psikologis lain, termasuk orientasi tujuan dan harga diri, yang kemudian mempengaruhi adaptabilitas jangka panjang (Jeong & Hong, 2023). Dengan kata lain, proaktivitas adalah awal energi, sedangkan dua variabel lainnya adalah penyaring dan pengarah energi tersebut. Data

BAB 9

PRAKTIK MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI WIRAUSAHA DALAM ADAPTASI UMKM DIGITAL

Kepercayaan diri dalam wirausaha bukan sekadar perasaan yakin, tetapi merupakan struktur keyakinan internal yang membuat seorang pelaku UMKM merasa layak berkembang, pantas bersaing, dan mampu menghadapi risiko usaha. Keyakinan ini menggerakkan tindakan nyata, mengurangi ketakutan terhadap kegagalan, dan menumbuhkan keberanian untuk mencoba strategi pemasaran baru. Pada konteks UMKM Indonesia, kepercayaan diri adalah fondasi yang menentukan apakah pelaku usaha berani masuk ke ruang digital seperti marketplace, TikTok Shop, dan iklan daring. Penelitian Clough dan Strycharczyk (2015) menegaskan bahwa confidence adalah inti dari mental toughness yang menentukan kapasitas seseorang menghadapi tekanan usaha. Jika keyakinan diri kuat, maka hambatan dianggap sebagai tantangan bukan ancaman. Dalam situasi pasar yang cepat berubah, mental seperti ini yang membuat UMKM tidak mudah mundur ketika penjualan menurun. Karena itu, membangun kepercayaan diri harus ditempatkan sebagai kunci awal adaptasi UMKM di era digital, bukan pelengkap setelah strategi bisnis selesai disusun.

Peran kepercayaan diri semakin penting ketika UMKM memasuki era Society 5.0 yang menuntut manusia memimpin teknologi, bukan sebaliknya. Bandura (1997) melalui teori self-efficacy menjelaskan bahwa manusia hanya mengambil tindakan sejauh ia percaya bahwa tindakannya akan menghasilkan perubahan.

BAB 10

PENUTUP

Pengetahuan dalam buku ini membawa kita pada pemahaman bahwa adaptasi UMKM Indonesia di era digital tidak ditentukan semata oleh akses teknologi atau modal ekonomi, tetapi oleh struktur psikologis pelaku usahanya sendiri. Perubahan digital yang begitu cepat membutuhkan fondasi batin yang kuat agar pelaku UMKM tidak hanya bertahan tetapi berkembang dan menciptakan masa depan yang lebih progresif. Kepercayaan diri, orientasi tujuan, dan kapasitas adaptasi bukan lahir karena keadaan eksternal menguntungkan, tetapi tumbuh melalui kesadaran diri dan kemampuan menginterpretasi tantangan sebagai peluang. Seluruh rangkaian pembahasan dalam buku ini menegaskan satu pola besar, yaitu bahwa kekuatan UMKM bertumpu pada manusia yang menjalankannya. Teknologi adalah alat, pasar adalah ruang, kompetisi adalah energi, namun manusia adalah inti yang menentukan arah pergerakan usaha. Tanpa kesiapan mental, digitalisasi hanya menjadi fitur yang tidak difungsikan. Dengan kesiapan mental, digitalisasi menjadi mesin yang mempercepat skala ekonomi dan membuka jalan perkembangan baru setiap waktu.

Melalui kajian teoretis dan refleksi mendalam yang disusun dalam buku ini, tampak bahwa kemampuan adaptasi pelaku UMKM bukan sekadar kapasitas teknis, melainkan representasi kedewasaan psikologis dalam menghadapi dinamika usaha. Adaptasi tumbuh ketika individu merasakan dirinya berharga, mampu, dan memiliki arah yang jelas dalam menjalankan bisnis. Di situlah kepercayaan diri menjadi titik mula yang membentuk keberanian mengambil keputusan, sementara orientasi tujuan menjadi peta arah yang

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Akbari, M., Gholampour, A., & Bahrami, H. (2024). Proactive personality and career adaptability among entrepreneurs. *Journal of Vocational Behavior*, 152, 103860. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2023.103860>
- Andriana, E., & Wicaksono, A. (2023). Digitalisasi UMKM Indonesia dan tantangan literasi teknologi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(2), 110–128.
- Asosiasi UMKM Indonesia. (2022). *UMKM menuju ekonomi digital nasional*. Asosiasi UMKM Indonesia.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Freeman.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Survei Industri Mikro dan Kecil Tahunan*. BPS Indonesia.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 26(3), 435–462.
- De Freyman, J., & Durst, S. (2023). Psychological capital and entrepreneurial adaptability. *Entrepreneurship & Regional Development*, 35(5–6), 499–521. <https://doi.org/10.1080/08985626.2022.2109553>
- Drucker, P. (2015). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Elliot, A. J., & Church, M. A. (1997). A hierarchical model of approach-avoidance achievement motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(1), 218–232.

- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a human-centered society. *Japan Spotlight*, 5(1), 47–57.
- Giraud, L., Bernaud, J. L., & Caron, P. (2019). Proactive personality and adaptability. *Career Development Quarterly*, 67(3), 217–231. <https://doi.org/10.1002/cdq.12204>
- Gómez-Jorge, L. F., Hernández-González, S., & Salvador-García, C. (2025). Psychological readiness, digital mindset and entrepreneurial persistence among Gen-Z founders. *Journal of Business Venturing Insights*, 17, e00421. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00421>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Harayama, Y. (2017). Future vision of Society 5.0 shaping innovation and technology. *Science Council of Japan Review*, 12(4), 1–7.
- Jeong, S., & Hong, W. (2023). Self-esteem and entrepreneurial adaptability. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(4), 1–14.
- Jiang, Y. (2021). Occupational prestige and entrepreneurial identity. *Personality and Individual Differences*, 181, 111040. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111040>
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations traits to job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 80–92. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.80>
- Kumasey, A. S., Boateng, K., & Aboagye, M. O. (2024). Psychological mechanisms of business adaptability. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.1237215>
- Li, Y., Chen, Q., & Fang, X. (2024). Goal orientation and career initiative in digital-era entrepreneurship. *Journal of Applied Psychology*, 109(1), 14–27. <https://doi.org/10.1037/apl0001108>

- Liu, C., Xu, Q., & Yang, L. (2024). Occupational prestige and innovation intention. *Small Business Economics*, 62(2), 891–910. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00656-1>
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2019). The development of goal setting theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 50, 212–247.
- Manolopoulos, D., Vryzidis, A., & Papadopoulos, T. (2024). Self-esteem as predictor of entrepreneurial perseverance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 33(2), 159–176. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2023.2264870>
- Manzano-García, G., & Ayala, J. C. (2017). Entrepreneurial resilience: A systematic review. *Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 186–209.
- Maria, A., Gomez, L., & Fuentes, R. (2022). Self-worth and entrepreneurial resilience. *Journal of Business Psychology*, 37(5), 1120–1135. <https://doi.org/10.1007/s10869-021-09796-4>
- Marshall, A., Parker, S. K., & Collins, C. (2019). Proactive personality meta-analysis. *Journal of Management*, 45(5), 2036–2072.
- Mas’ud, A., & Tenriyola, I. (2025). Gen-Z entrepreneurship and business uncertainty in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Studies Indonesia*, 9(1), 44–60.
- Park, I., & Lee, K. (2022). Digital mindset and adaptability in SMEs. *Asian Business & Management*, 21(3), 455–480.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). Smart connected product transformation. *Harvard Business Review*, 92(11), 64–88.
- Prakash, S., & Arora, R. (2024). Occupational status and entrepreneurial motivation. *Asian Journal of Business Research*, 14(3), 84–102.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.

- Rudolph, C. W., Lavigne, K. N., & Zacher, H. (2017). Career adaptability meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 98, 17–34.
- Savickas, M. (2013). Career construction theory overview. *The Career Development Quarterly*, 61(1), 12–22.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi, A. (2021). UMKM dan strategi adaptasi era digital. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(3), 145–158.
- Zhang, H., Wang, Z., & Guo, S. (2022). Self-esteem as protective factor for entrepreneurial persistence. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(2), 100171.
- Zhou, M., Liu, H., & Chen, R. (2023). Psychological drivers of career adaptability. *Journal of Career Assessment*, 31(4), 552–571.