

HUBUNGAN MOTIVASI INTERNAL DAN MOTIVASI EKSTERNAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITALISASI DI KABUPATEN PRINGSEWU

THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL AND EXTERNAL MOTIVATION AND MSME DEVELOPMENT THROUGH DIGITALIZATION IN PRINGSEWU REGENCY

Sahrul Ari Irawan^{*1)}, Sumaryo Gitosaputro¹⁾

Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

^{*}Corresponding author: sahrul.ariirawan22@fp.unila.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy; however, they continue to face challenges in developing digital-based businesses, particularly in terms of entrepreneurs' motivation. This study aims to analyze the relationship between internal and external motivation and MSME development through digitalization in Pringsewu Regency. A quantitative approach was employed using purposive sampling involving 30 MSME entrepreneurs. Data were collected through questionnaires, interviews, and documentation, and analyzed using descriptive analysis and Spearman's Rank correlation. The results showed that the levels of both internal and external motivation among MSME entrepreneurs were generally categorized as low. Furthermore, internal motivation had no significant relationship with MSME development, whereas external motivation had a significant relationship. This finding indicates that external factors, such as government support, access to capital, and training, play a more important role in promoting MSME development. In conclusion, internal motivation had no significant relationship with MSME development in Pringsewu Regency ($p = 0.185 > 0.05$; $p = 0.328$), while external motivation had a positive and significant relationship with MSME development ($p = 0.429 < 0.05$; $p = 0.018$). The implications of this study highlight the need to expand access to training and provide continuous assistance by local governments, relevant agencies, and MSME support institutions. MSME entrepreneurs are also encouraged to strengthen both internal and external motivation and adapt to technological developments.

Keywords: Digitalization; Role of MSMEs; Motivation Level

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha berbasis digital, khususnya terkait aspek motivasi pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara motivasi internal dan motivasi eksternal dengan pengembangan UMKM melalui digitalisasi di Kabupaten Pringsewu. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 30 pelaku UMKM. Data dikumpulkan dari kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat motivasi internal dan eksternal pelaku UMKM secara umum berada pada kategori rendah. Selain itu, motivasi internal tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengembangan UMKM, sedangkan motivasi eksternal memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti dukungan pemerintah, akses permodalan, dan pelatihan lebih berperan dalam mendorong pengembangan UMKM. Kesimpulannya, motivasi internal tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu ($p = 0,185 > 0,05$; Koefisien $p = 0,328$), sedangkan motivasi eksternal memiliki hubungan positif dan signifikan dengan pengembangan UMKM ($p = 0,429 < 0,05$; Koefisien $p = 0,018$). Implikasi penelitian ini adalah perlunya perluasan akses pelatihan dan pendampingan berkelanjutan oleh pemerintah daerah, dinas terkait, dan lembaga pendamping UMKM. Pelaku UMKM juga perlu meningkatkan motivasi internal dan eksternal serta beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Kata Kunci : Digitalisasi; Peran UMKM; Tingkat Motivasi

^{*}Cite this as: Irawan, S. & Gitosaputro, S. (2026). Hubungan Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal terhadap Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi di Kabupaten Pringsewu. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 50(2), 29-40. doi: <https://doi.org/10.20961/agritexts.v50i2.117008>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sektor ini berkontribusi lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja, sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Munthe et al., 2023). Karakteristik itu menjadikan UMKM sebagai sektor ketahanan negara menghadapi dinamika perekonomian, sekaligus berkontribusi terhadap pencapaian pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Tiakoly & Luange, 2025; Purnaningsi & Yanuar, 2023).

Globalisasi dan Revolusi Industri 4.0 mendorong perubahan pengelolaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital dalam produksi, pemasaran, transaksi, dan hubungan pelanggan. Digitalisasi menjadi strategi penting untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing UMKM (Respatiningsih et al., 2020 ; Hasan & Fahdal, 2022). Pemanfaatan teknologi digital melalui platform *e-commerce*, media sosial, *digital payment*, maupun aplikasi manajemen usaha telah terbukti mampu meningkatkan produktivitas dan membuka peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM. (Sifwah et al., 2024 ; Auliya et al., 2026).

Transformasi digital yang terjadi di Indonesia turut mendorong pertumbuhan jumlah UMKM di berbagai daerah, termasuk Provinsi Lampung. Data menunjukkan jumlah UMKM Provinsi Lampung meningkat signifikan dari 150.999 unit pada 2021 menjadi 492.986 unit di 2023. Digitalisasi berpotensi meningkatkan efisiensi usaha, memperluas akses pasar, mendorong inovasi, dan meningkatkan nilai tambah produk UMKM, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan daya saing usaha.

Salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang menunjukkan perkembangan UMKM cukup pesat adalah Kabupaten Pringsewu. Pada 2023 tercatat sebanyak 45.683 unit UMKM yang terdiri atas 45.246 usaha mikro, 401 usaha kecil, dan 36 usaha menengah. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap aktivitas ekonomi masyarakat Kabupaten Pringsewu. Selain jumlahnya yang terus meningkat, Kabupaten Pringsewu juga memiliki potensi ekonomi berbasis agroindustri dan industri kreatif yang cukup beragam. Berbagai produk olahan pangan, kerajinan, serta kain tapis khas Lampung merupakan komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Didukung oleh letak geografis yang relatif dekat dengan pusat

pemerintahan dan pusat perdagangan Provinsi Lampung, Kabupaten Pringsewu memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan ekosistem UMKM berbasis digital sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal di tingkat regional maupun nasional.

Meskipun demikian, peningkatan jumlah UMKM belum sepenuhnya diikuti oleh optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Sebagian pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi digitalisasi, antara lain keterbatasan literasi digital, rendahnya kemampuan memanfaatkan *platform* pemasaran daring, keterbatasan akses terhadap teknologi dan pembiayaan, serta belum optimalnya pendampingan yang diterima. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh tersedianya infrastruktur teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia sebagai pelaku utama transformasi digital.

Kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Motivasi untuk berkembang, meningkatkan kinerja, memperluas pasar, dan berinovasi menjadi modal psikologis penting, sementara dukungan pemerintah, pembiayaan, pelatihan, pendampingan, tuntutan pasar, dan persaingan turut mendorong pengembangan usaha. Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis digital merupakan hasil interaksi antara kesiapan individu dan dukungan lingkungan dalam menghadapi perubahan teknologi.

Keberhasilan transformasi digital pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh motivasi pelaku usaha sebagai faktor yang mendorong perilaku adopsi inovasi. Teori motivasi menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh dorongan yang berasal dari dalam diri (*intrinsic motivation*) maupun dari lingkungan (*extrinsic motivation*). Menurut *Self-Determination Theory (SDT)* yang dikembangkan oleh Deci & Ryan, 1985 dan 2000, perilaku individu dipengaruhi oleh dua sumber motivasi, yaitu motivasi intrinsik (*intrinsic motivation*) yang berasal dari dorongan internal, seperti kebutuhan untuk berprestasi, berkembang, dan memperoleh kepuasan pribadi, serta motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) yang berasal dari faktor-faktor eksternal, seperti penghargaan, dukungan lingkungan, insentif, maupun tekanan sosial. Dalam UMKM, motivasi internal dan eksternal mendorong adopsi inovasi serta pemanfaatan teknologi digital. Motivasi internal mencakup keinginan meningkatkan kinerja, memperluas pasar, dan berinovasi, sedangkan motivasi eksternal dipengaruhi dukungan pemerintah, pelatihan, pembiayaan, perkembangan

pasar digital, dan persaingan. Keduanya membentuk kesiapan UMKM untuk beradaptasi, memanfaatkan teknologi, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Digitalisasi sebagai bentuk adopsi inovasi menuntut pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan integrasi berbagai aktivitas usaha, mulai dari proses pemasaran, transaksi, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan data usaha secara lebih efektif dan efisien (Putra et al., 2023). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan daya saing UMKM (Rachmatsyah, 2025). Namun demikian, keberhasilan implementasi digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang tersedia, melainkan juga oleh kesiapan individu untuk menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut. Oleh karena itu, motivasi pelaku usaha menjadi salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan UMKM berbasis digital.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan UMKM melalui digitalisasi umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti kesiapan teknologi, infrastruktur digital, literasi digital, akses internet, dukungan pemerintah, pelatihan, dan akses pembiayaan (Respatiningsih et al., 2020 ; Hasan & Fahdal, 2022 ; Sifwah et al., 2024). Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti teknologi dan kebijakan sebagai faktor utama transformasi digital, sementara kajian mengenai motivasi pelaku usaha sebagai faktor psikologis masih terbatas. Temuan tentang peran motivasi juga belum konsisten, karena keberhasilannya dalam mendorong adopsi teknologi bergantung pada dukungan lingkungan yang kondusif.

Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kausal seperti regresi dan Structural Equation Modeling (SEM), dengan motivasi sebagai variabel mediasi atau bagian dari perilaku kewirausahaan. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan motivasi internal dan eksternal dengan pengembangan UMKM melalui pendekatan korelasional masih terbatas, terutama pada tingkat kabupaten seperti Pringsewu yang memiliki potensi agroindustri dan industri kreatif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara motivasi internal dan motivasi eksternal dengan pengembangan. Penelitian ini diharapkan memperkaya kajian perilaku kewirausahaan, khususnya peran motivasi dalam transformasi digital UMKM. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kapasitas SDM, motivasi, akses pelatihan digital,

dan pendampingan berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM, ketahanan ekonomi masyarakat, dan pembangunan daerah yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara motivasi internal dan motivasi eksternal terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif, sistematis, dan terukur melalui data numerik, sehingga hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara statistik dan menghasilkan kesimpulan yang lebih teruji secara empiris.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Pringsewu, yang ditentukan secara *purposive* berdasarkan pertimbangan tertentu. Wilayah ini dipilih karena memiliki potensi sumber daya lokal yang cukup besar, baik di sektor pangan maupun non-pangan, serta menunjukkan pertumbuhan UMKM yang relatif pesat. Selain itu, kedekatan geografis dengan Kota Bandar Lampung turut mendorong perkembangan digitalisasi yang memengaruhi aktivitas usaha masyarakat. Penelitian dilaksanakan pada periode Juli - September 2024, dengan pengayaan data sekunder terbaru hingga tahun 2026 guna memperkuat relevansi dan aktualitas hasil penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian dan diadaptasi dari konsep *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000) serta literatur mengenai digitalisasi UMKM. Kuesioner terdiri atas tiga bagian, yaitu karakteristik responden, indikator motivasi internal, indikator motivasi eksternal, dan indikator pengembangan UMKM. Motivasi internal diukur melalui tiga indikator, yaitu keinginan meningkatkan kinerja usaha, orientasi pengembangan usaha, dan orientasi inovasi. Motivasi eksternal diukur melalui tiga indikator, yaitu dukungan kelembagaan, dorongan lingkungan pasar, dan tekanan persaingan usaha. Sementara itu, variabel pengembangan UMKM diukur melalui indikator peningkatan skala usaha, peningkatan pendapatan, dan pemanfaatan teknologi digital. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen meliputi motivasi internal (X_1) dan motivasi eksternal (X_2), sedangkan variabel dependen adalah pengembangan UMKM (Y). Data dalam ini adalah skala ordinal yang tersusun secara likert dengan skor 1-3 (rendah, sedang, dan tinggi).

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu yang tergabung dalam komunitas UMKM Griya Sewu. Sampel ditentukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria:

(1) usaha telah berjalan minimal satu tahun, (2) usaha aktif di sektor pangan atau non-pangan, dan (3) telah memanfaatkan teknologi digital. Dari sekitar 100 pelaku UMKM yang tersebar di seluruh kecamatan, dipilih 30 responden yang merupakan anggota komunitas sekaligus mentor/ketua mentor di kecamatan masing-masing dan telah mewakili kegiatan pelatihan serta pemberdayaan digitalisasi UMKM di Kabupaten Pringsewu.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner terstruktur dengan skala pengukuran tertentu untuk mengukur masing-masing variabel penelitian. Selain itu, wawancara juga dilakukan sebagai instrumen pendukung untuk memperdalam informasi serta mengklarifikasi jawaban responden. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa profil UMKM, jumlah pelaku usaha, serta informasi dari instansi terkait, literatur ilmiah, dan hasil penelitian sebelumnya. Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* antara skor setiap butir dengan skor total variabel. Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien korelasi (r -hitung) lebih besar daripada r -tabel pada taraf signifikansi 5% (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu penyebaran kuesioner untuk memperoleh data kuantitatif, wawancara untuk memperkuat interpretasi data, serta dokumentasi sebagai sumber data pendukung. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian. Selanjutnya, untuk menguji hubungan antarvariabel digunakan analisis korelasi Rank Spearman. Metode ini dipilih karena sesuai untuk data berskala ordinal dan tidak mensyaratkan distribusi normal. Koefisien Korelasi *Rank Spearman* (Siegel, 1997) dengan menggunakan rumus:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n^3}$$

Keterangan :

r_s = Pendugaan Koefisien Korelasi
 d_i = Perbedaan setiap pasangan Rank
 n = Jumlah responden.

Keterangan: r_s adalah koefisien korelasi, di merupakan selisih peringkat antar pasangan data, dan n adalah jumlah responden. Hasil analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kekuatan dan arah hubungan antara motivasi internal dan eksternal dengan pengembangan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah gambaran umum mengenai kondisi atau profil individu yang menjadi subjek dalam suatu penelitian (Rahmayanti & Ariguntar, 2017). Karakteristik ini digunakan untuk memahami latar belakang responden yang dapat memengaruhi persepsi, sikap, perilaku, maupun keputusan yang diambil dalam konteks penelitian. Dengan mengetahui karakteristik responden, peneliti dapat memberikan interpretasi yang lebih tepat dan kontekstual terhadap hasil penelitian serta memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

Karakteristik responden dalam penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai profil pelaku UMKM yang menjadi objek kajian, khususnya dalam konteks motivasi dan pengembangan usaha. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 pelaku UMKM yang tergabung dalam mini community UMKM Griya Sewu di Kabupaten Pringsewu. Penggambaran karakteristik ini penting untuk memahami latar belakang sosial-ekonomi responden yang berpotensi memengaruhi pola pikir, motivasi, serta kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha.

Aspek karakteristik yang dianalisis meliputi usia, tingkat pendidikan, jenis usaha, tahun pendirian usaha, modal awal, serta pendapatan bulanan. Variabel-variabel ini dipilih karena memiliki keterkaitan erat dengan kapasitas manajerial, pengalaman usaha, serta tingkat kemandirian pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika pasar, termasuk adaptasi terhadap digitalisasi. Dengan mengetahui karakteristik dominan responden, penelitian ini dapat memberikan interpretasi yang lebih kontekstual terhadap hasil analisis hubungan antara motivasi internal dan eksternal dengan pengembangan UMKM.

Secara umum, karakteristik responden mencerminkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif, memiliki latar belakang pendidikan menengah, serta menjalankan usaha di sektor pangan dengan skala usaha yang masih relatif kecil. Selain itu, mayoritas usaha tergolong baru berkembang dengan modal awal yang terbatas serta tingkat pendapatan yang masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM dalam komunitas Griya Sewu memiliki potensi untuk berkembang, namun masih memerlukan dukungan dalam bentuk peningkatan kapasitas, akses permodalan, serta penguatan motivasi usaha.

Untuk memberikan gambaran yang lebih rinci dan sistematis mengenai karakteristik responden, maka disajikan pada Tabel 1 berikut

Tabel 1. Karakteristik responden

No	Aspek Karakteristik	Kategori Dominan	Frekuensi/Persentase	Rata-rata	Keterangan Singkat
1	Usia Responden	Dewasa (33–44 th)	16 orang (53,33%)	38,63 th	Mayoritas usia produktif dan matang dalam mengelola usaha
2	Pendidikan Terakhir	SLTA/SMA/SMK	21 orang (70%)	–	Didominasi pendidikan menengah, ditunjang pelatihan nonformal
3	Jenis UMKM	Pangan	24 unit (80%)	–	Fokus pada olahan makanan dan hasil pertanian
4	Tahun Pendirian UMKM	2018–2024 (Lama)	21 unit (70%)	2016	Sebagian besar UMKM baru dan sedang berkembang
5	Modal Awal	Rp100.000–Rp1.800.000 (Rendah)	25 unit (83,33%)	Rp1.250.000	Mayoritas memulai usaha dengan modal kecil
6	Pendapatan Bulanan	Rp2.000.000–Rp3.466.666 (Rendah)	21 unit (70%)	Rp2.546.666	Pendapatan masih tergolong rendah, perlu peningkatan kapasitas

Sumber : Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden menunjukkan gambaran umum kondisi sosial-ekonomi pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas Griya Sewu di Kabupaten Pringsewu. Dilihat dari aspek usia, mayoritas responden berada pada kategori dewasa, yaitu 33–44 tahun dengan jumlah 16 orang (53,33 persen) dan rata-rata usia 38,63 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif yang relatif matang, sehingga memiliki pengalaman dan kemampuan yang cukup dalam mengelola usaha. Menurut Robbins & Judge (2017), individu yang berada pada usia produktif umumnya memiliki tingkat kematangan psikologis, kemampuan mengambil keputusan, serta kesiapan dalam menghadapi risiko usaha yang lebih baik dibandingkan kelompok usia yang lebih muda. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Tambunan, (2017), yang menyatakan bahwa pelaku UMKM pada usia produktif cenderung memiliki produktivitas, kreativitas, dan kemampuan adaptasi yang lebih tinggi dalam mengembangkan usahanya.

Dari sisi pendidikan terakhir, responden didominasi oleh lulusan SLTA/SMA/SMK sebanyak 21 orang (70 persen). Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan formal pelaku UMKM masih berada pada level menengah. Meskipun demikian, kemampuan mereka dalam menjalankan usaha umumnya didukung oleh pengalaman serta pelatihan nonformal yang diikuti, sehingga tetap mampu beradaptasi dengan perkembangan usaha, termasuk dalam pemanfaatan teknologi. *Human Capital Theory* yang dikemukakan oleh Becker (1993), menjelaskan bahwa pendidikan merupakan bentuk investasi sumber daya manusia yang dapat meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan kemampuan

individu dalam mengelola usaha. Selain pendidikan formal, peningkatan kapasitas melalui pelatihan juga berkontribusi terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini didukung oleh penelitian Suci (2017), yang menemukan bahwa pendidikan dan pelatihan berpengaruh positif terhadap kemampuan manajerial dan keberlanjutan UMKM.

Jenis usaha yang dijalankan mayoritas berada pada sektor pangan, yaitu sebanyak 24 unit usaha (80 persen). Hal ini mencerminkan bahwa UMKM di wilayah penelitian cenderung memanfaatkan potensi lokal, khususnya dalam pengolahan makanan dan hasil pertanian. Sektor ini umumnya memiliki peluang pasar yang cukup luas, namun juga menghadapi persaingan yang cukup tinggi sehingga membutuhkan inovasi berkelanjutan. Menurut Porter (1990), keunggulan bersaing suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk dan memanfaatkan sumber daya lokal sebagai nilai tambah. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Dayar et al., (2024), UMKM berbasis pangan memiliki prospek pertumbuhan yang baik apabila mampu melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas, serta memperluas jaringan pemasaran.) yang menunjukkan bahwa

Berdasarkan tahun pendirian usaha, sebagian besar UMKM berdiri pada rentang tahun 2018–2024 sebanyak 21 unit (70 persen), dengan rata-rata tahun pendirian 2016. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas usaha tergolong relatif baru dan sedang dalam tahap berkembang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM masih berada pada fase pertumbuhan yang membutuhkan dukungan, baik dari sisi manajemen usaha maupun akses pasar. Berdasarkan teori siklus hidup organisasi (*Organizational Life Cycle Theory*)

yang dikemukakan oleh Greiner (1980), usaha yang berada pada fase awal pertumbuhan umumnya menghadapi tantangan dalam pengelolaan organisasi, pemasaran, dan pengembangan kapasitas. Oleh karena itu, dukungan berupa pendampingan, akses pembiayaan, dan penguatan kompetensi menjadi faktor penting bagi keberlanjutan usaha. Penelitian Suardana (2025), juga menunjukkan bahwa UMKM yang masih berada pada tahap awal pertumbuhan lebih rentan terhadap perubahan lingkungan bisnis dibandingkan usaha yang telah mapan.

Dari aspek permodalan, mayoritas responden memulai usaha dengan modal awal yang tergolong rendah, yaitu berkisar antara Rp100.000 hingga Rp1.800.000 sebanyak 25 unit (83,33 persen), dengan rata-rata sebesar Rp1.250.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengandalkan modal terbatas, yang berpotensi menjadi kendala dalam pengembangan usaha yang lebih besar. Dalam *Resource-Based Theory* Barney (1991), dijelaskan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan, termasuk modal, merupakan faktor strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Keterbatasan modal dapat menghambat investasi pada teknologi, inovasi produk, maupun perluasan pasar. Hasil ini konsisten dengan penelitian Fatoki (2014), yang menemukan bahwa keterbatasan akses permodalan merupakan salah satu hambatan utama bagi pertumbuhan UMKM, terutama pada usaha mikro.

Sementara itu, dari sisi pendapatan bulanan, mayoritas responden memperoleh pendapatan pada kisaran Rp2.000.000 hingga Rp3.466.666 sebanyak 21 orang (70 persen), dengan rata-rata sebesar Rp2.546.666. Tingkat pendapatan ini masih tergolong rendah, sehingga menunjukkan bahwa kapasitas usaha masih perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, karakteristik ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi yang cukup baik, namun masih menghadapi

Tabel 2. Tingkat Motivasi Para Pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu

Variabel Tingkat Motivasi Internal				Variabel Tingkat Motivasi Eksternal			
Klasifikasi	Interval Kelas		Frekuensi	Persentase	Interval Kelas		Persentase
Rendah	5	8	17	56,67%	5	8	56,67%
Sedang	9	12	9	30,00%	9	12	26,67%
Tinggi	13	15	4	13,33%	13	15	16,67%
Total			30	100%	Total		
Rata-Rata			5	Rendah	Rata-Rata		
					6		
					Rendah		

Sumber : Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, tingkat motivasi pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu menunjukkan bahwa baik motivasi internal maupun motivasi eksternal secara umum masih berada pada kategori rendah. Pada variabel motivasi internal, sebagian besar responden berada pada klasifikasi rendah dengan jumlah 17 orang atau sebesar 56,67 persen. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh pelaku UMKM belum memiliki dorongan yang kuat dari dalam diri, seperti keinginan untuk

keterbatasan dalam aspek modal dan pendapatan, sehingga memerlukan dukungan dalam peningkatan kapasitas dan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Menurut Todaro & Smith (2011), tingkat pendapatan mencerminkan produktivitas ekonomi suatu usaha, sehingga peningkatan pendapatan dapat dicapai melalui peningkatan efisiensi produksi, akses pasar, inovasi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Penelitian Meliyanti & Gunawan (2024), juga menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi kewirausahaan, akses pembiayaan, serta pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM secara signifikan.

Tingkat Motivasi Para Pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu

Motivasi adalah suatu dorongan yang bersifat psikologis dalam diri individu yang menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu guna mencapai tujuan atau keinginan yang diharapkan (Malihah et al., 2021). Tingkat motivasi pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu faktor penting dalam hubungannya dengan keberlanjutan dan pengembangan usaha. Motivasi tersebut dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu motivasi internal yang berasal dari dalam diri pelaku usaha seperti keinginan untuk berkembang, kemandirian, dan kebutuhan ekonomi, serta motivasi eksternal yang berhubungan dengan faktor eksternal seperti dukungan lingkungan, akses permodalan, dan kebijakan pemerintah (Octavionica, 2016). Analisis terhadap tingkat motivasi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana dorongan yang dimiliki pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Hasil pengukuran tingkat motivasi tersebut selanjutnya diklasifikasikan ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi sebagaimana disajikan pada Tabel 2 berikut.

berkembang, meningkatkan kapasitas usaha, maupun keberanian dalam mengambil risiko. Sementara itu, sebanyak 9 responden atau 30,00 persen berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan adanya motivasi namun belum konsisten atau optimal. Adapun pelaku UMKM yang memiliki motivasi internal tinggi hanya sebanyak 4 orang atau 13,33 persen, sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah pelaku usaha yang benar-benar memiliki dorongan internal kuat masih relatif

sedikit. Nilai rata-rata motivasi internal sebesar 5 yang termasuk dalam kategori rendah semakin memperkuat kondisi tersebut.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui *Self-Determination Theory* (SDT) yang dikembangkan oleh Deci & Ryan (1985), Teori ini menyatakan bahwa motivasi intrinsik akan tumbuh secara optimal apabila tiga kebutuhan psikologis dasar individu, yaitu *autonomy* (otonomi), *competence* (kompetensi), dan *relatedness* (keterhubungan sosial), dapat terpenuhi. Apabila pelaku UMKM belum merasa memiliki kemampuan yang memadai dalam mengelola usaha, belum memperoleh keleluasaan dalam mengambil keputusan bisnis, serta belum mendapatkan dukungan sosial yang cukup dari lingkungan maupun jaringan usaha, maka motivasi internal untuk mengembangkan usaha cenderung rendah. Dengan demikian, rendahnya motivasi internal yang ditemukan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa pemenuhan ketiga kebutuhan psikologis tersebut masih belum optimal pada sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu.

Pada variabel motivasi eksternal, pola atau gambaran yang sama seperti motivasi internal, yang hampir serupa terlihat. Mayoritas responden, yaitu 17 orang atau 56,67 persen, berada pada kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa dukungan dari luar, seperti akses terhadap permodalan, pembinaan, lingkungan usaha, maupun kebijakan pemerintah, belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan semangat pelaku UMKM. Selanjutnya, sebanyak 8 responden atau 26,67 persen, berada pada kategori sedang, yang menunjukkan adanya dukungan eksternal namun masih belum maksimal. Sementara itu, hanya 5 responden atau 16,67 persen, yang termasuk dalam kategori tinggi, yang berarti hanya sebagian kecil pelaku UMKM yang merasakan dukungan eksternal yang kuat. Nilai rata-rata motivasi eksternal sebesar 6 yang juga termasuk dalam kategori rendah menunjukkan bahwa secara umum faktor eksternal belum memberikan dorongan signifikan terhadap pengembangan UMKM.

Menurut *Self-Determination Theory*, faktor-faktor eksternal seperti penghargaan, dukungan pemerintah, akses terhadap sumber daya, pelatihan, maupun lingkungan sosial tidak hanya berfungsi sebagai stimulus dari luar, tetapi juga dapat diinternalisasi menjadi motivasi yang lebih kuat apabila mampu memenuhi kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan (Deci & Ryan 1985 ; Deci & Ryan, 2000). Sebaliknya, apabila dukungan eksternal yang diterima masih terbatas atau tidak sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha, maka motivasi yang terbentuk cenderung lemah dan tidak mampu mendorong perilaku kewirausahaan yang berkelanjutan. Hal ini menjelaskan mengapa rendahnya dukungan eksternal dalam penelitian ini turut berkontribusi terhadap rendahnya motivasi pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya motivasi, baik dari aspek internal maupun eksternal, berpotensi menjadi kendala dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu. Berdasarkan perspektif *Self-Determination Theory*, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kebutuhan psikologis dasar pelaku UMKM belum terpenuhi secara optimal sehingga motivasi untuk mengembangkan usaha belum terbentuk secara kuat. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif, baik dalam meningkatkan kapasitas individu maupun memperkuat dukungan eksternal melalui program pembinaan, akses permodalan, pendampingan usaha, dan kebijakan yang lebih berpihak kepada UMKM. Program-program tersebut hendaknya tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga dirancang untuk meningkatkan rasa percaya diri (kompetensi), memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk berinisiatif dan mengambil keputusan secara mandiri (otonomi), serta membangun jejaring dan kolaborasi antarpelaku UMKM (keterhubungan). Dengan terpenuhinya ketiga kebutuhan psikologis tersebut, motivasi intrinsik pelaku usaha diharapkan akan meningkat sehingga mampu mendorong keberlanjutan dan pengembangan usaha secara lebih optimal.

Sehingga, hasil dari tingkat motivasi dari internal dan eksternal ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat motivasi, baik dari aspek internal maupun eksternal, berpotensi menjadi kendala dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu. Kondisi ini mengindikasikan perlunya upaya yang lebih intensif, baik dalam meningkatkan kesadaran dan kapasitas individu pelaku usaha maupun dalam memperkuat dukungan eksternal melalui program pembinaan, akses permodalan, serta kebijakan yang lebih berpihak kepada UMKM. Motivasi rendah akan berdampak kepada pengembangan UMKM, perlu dilakukan pendampingan dan penyuluhan khususnya dalam hal pengembangan atau pemberdayaan agar para pelaku UMKM memiliki motivasi dalam menjalankan usaha dan melaksanakan UMKMnya lebih berkembang dan naik kelas. Sejalan dengan penelitian (A. M. Siahaan et al., 2020), rendahnya tingkat motivasi pelaku UMKM menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengembangan usaha, sehingga diperlukan upaya strategis yang terintegrasi melalui pengembangan sumber daya manusia pada sektor industri kecil dan menengah. Pengembangan tersebut dapat dilakukan melalui pemberian pelatihan secara berkala yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, seperti inovasi produk, tetapi juga mencakup penguatan aspek psikologis berupa pemberian motivasi kepada pelaku usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi juga menjadi bagian penting dalam mendorong efisiensi dan perluasan pasar.

Kegiatan pendampingan dan penyuluhan memiliki peran krusial sebagai media transfer pengetahuan, pembentukan pola pikir kewirausahaan, serta peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM. Dengan adanya pelatihan yang berkelanjutan, pendampingan yang intensif, serta penyuluhan yang tepat sasaran, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan motivasi internalnya, lebih responsif terhadap peluang eksternal, serta memiliki kapasitas untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan sehingga dapat naik kelas dan bersaing di pasar yang lebih luas (A. M. Siahaan et al., 2020).

Tingkat Pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu

Pengembangan UMKM merupakan upaya bersama antara pemerintah dan masyarakat dalam meningkatkan kapasitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, dukungan permodalan, perlindungan usaha, penguatan kemitraan, peningkatan pelatihan, penguatan kelembagaan, pengembangan sentra usaha, serta pemanfaatan media promosi berbasis digital (Novia Putri, 2023). Pengembangan UMKM adalah suatu upaya yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas, kualitas, serta daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui berbagai aspek, seperti peningkatan keterampilan sumber daya manusia, akses permodalan, pemanfaatan teknologi, perluasan pasar, serta penguatan kelembagaan usaha (Indah et al., 2025). Pengembangan ini bertujuan

Tabel 3. Tingkat Pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu

Klasifikasi	Rentang Kelas	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12 - 28	3	10
Sedang	29 - 45	27	90
Tinggi	46 - 60	0	0
Rata-rata		37,5 (Sedang)	

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa tingkat pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu didominasi oleh kategori sedang. Hal ini ditunjukkan oleh sebanyak 27 responden atau sebesar 90% berada pada rentang nilai 29–45. Sementara itu, kategori rendah hanya ditempati oleh 3 responden atau sebesar 10 persen dengan rentang nilai 12–28, dan tidak terdapat responden yang masuk dalam kategori tinggi (0 persen). Nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 37,5 juga berada dalam kategori sedang, yang semakin memperkuat bahwa secara umum tingkat pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu masih berada pada tahap menengah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki upaya pengembangan usaha yang cukup baik, namun belum mencapai tingkat optimal. Dengan kata lain, masih diperlukan berbagai upaya peningkatan, baik dari aspek kapasitas pelaku usaha, akses terhadap sumber daya, maupun dukungan eksternal agar

untuk mendorong pertumbuhan usaha agar lebih produktif, inovatif, dan mampu bertahan serta berkembang dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Agustina, 2025). Kontribusi dari pelaku UMKM dalam kegiatan ekonomi kreatif, tentu menjadi nilai positif. Partisipasi penuh para pelaku UMKM menjadi kekuatan kunci dalam meningkatkan kontribusi UMKM terhadap ekonomi kreatif itu sendiri. Partisipasi masyarakat adalah bentuk keterlibatan individu maupun kelompok dalam suatu kegiatan pembangunan, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui penyampaian ide, gagasan, maupun kontribusi lainnya (Della et al., 2024).

Untuk memahami kondisi aktual pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu, diperlukan analisis deskriptif yang mampu menggambarkan tingkat capaian pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh para pelaku UMKM. Pengukuran ini dilakukan dengan mengelompokkan tingkat pengembangan ke dalam beberapa kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, berdasarkan rentang skor yang telah ditentukan. Melalui klasifikasi ini, dapat diketahui sebaran tingkat pengembangan UMKM serta kecenderungan dominan yang terjadi di lapangan. Hasil analisis tersebut disajikan pada Tabel 3 berikut, yang menggambarkan distribusi frekuensi dan persentase tingkat pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu.

UMKM dapat berkembang ke kategori yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian T. Tambunan, (2019), yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih berada pada tahap berkembang (developing stage), yaitu telah mampu mempertahankan keberlangsungan usaha tetapi masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, akses pasar yang terbatas, serta rendahnya adopsi teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan pertumbuhan usaha berlangsung secara bertahap dan belum mampu meningkatkan skala usaha secara signifikan.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian Nursini (2020) yang menjelaskan bahwa pengembangan UMKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan kewirausahaan, inovasi,

kompetensi manajerial, serta motivasi pelaku usaha, sedangkan faktor eksternal mencakup akses terhadap pembiayaan, dukungan pemerintah, pendampingan usaha, pemanfaatan teknologi, dan perluasan jaringan pemasaran. Apabila faktor-faktor tersebut belum berjalan secara optimal, maka pengembangan usaha cenderung berada pada kategori sedang sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar UMKM di Kabupaten Pringsewu telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik, masih diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan kapasitas usaha agar dapat naik ke kategori pengembangan yang lebih tinggi. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi kewirausahaan, penguatan inovasi produk, digitalisasi pemasaran, perluasan akses pembiayaan, serta pendampingan usaha secara berkelanjutan. Penguatan sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan komunitas UMKM menjadi penting untuk menciptakan ekosistem usaha yang mampu mendorong pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saingnya di tingkat regional maupun nasional.

Hasil Analisis Hubungan Tingkat Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal dengan Pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu.

Motivasi dalam konteks pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu dapat diartikan sebagai dorongan yang memengaruhi perilaku pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, baik yang berasal dari dalam diri (motivasi internal) maupun dari faktor

luar (motivasi eksternal). Motivasi internal mencakup keinginan untuk berkembang, berinovasi, serta mencapai kemandirian usaha, sedangkan motivasi eksternal meliputi dukungan lingkungan seperti akses permodalan, kebijakan pemerintah, pelatihan, dan jaringan usaha. Berdasarkan hasil analisis, motivasi eksternal memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan terhadap pengembangan UMKM, sementara motivasi internal tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal menjadi pendorong utama dalam meningkatkan perkembangan usaha (Herdono et al., 2026 ; S. Siahaan, 2024).

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat motivasi internal dan motivasi eksternal dengan pengembangan UMKM, penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Analisis ini bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan serta arah hubungan antarvariabel penelitian, yaitu motivasi internal (X_1), motivasi eksternal (X_2), dan pengembangan UMKM (Y). Penggunaan metode ini dinilai tepat karena data yang digunakan berskala ordinal dan tidak mensyaratkan distribusi normal.

Hasil analisis ini memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana faktor motivasi, baik yang berasal dari dalam diri pelaku usaha maupun dari lingkungan eksternal, berkontribusi terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu. Selain itu, hasil uji korelasi juga menunjukkan tingkat signifikansi hubungan yang terjadi, sehingga dapat diketahui apakah hubungan tersebut bersifat nyata secara statistik atau tidak. Secara lebih rinci, hasil pengujian hubungan antarvariabel disajikan dalam Tabel 4 yang merangkum nilai koefisien korelasi dan tingkat signifikansi berikut.

Tabel 4. Analisis Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal Pelaku UMKM dengan Pengembangan UMKM

Variabel X	Variabel Y	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X_1 . Motivasi Internal	Pengembangan UMKM di	0.185	0.328	Tidak Berhubungan
X_2 . Motivasi Eksternal	Kabupaten Pringsewu	0,429*	0,018	Berhubungan

Sumber : Analisis SPSS 25, 2026.

Tabel 5. Hasil Analisis SPSS X_1 ke Y

Correlations				
			Motivasi Internal	Pengembangan UMKM
Spearman's rho	Motivasi Internal	Correlation Coefficient	1.000	.185
		Sig. (2-tailed)	.	.328
		N	30	30
	Pengembangan UMKM	Correlation Coefficient	.185	1.000
		Sig. (2-tailed)	.328	.
		N	30	30

Sumber : Analisis SPSS 25, 2026.

Tabel 6. Hasil Analisis SPSS X_2 ke Y

Correlations				
--------------	--	--	--	--

			Motivasi Eksternal	Pengembangan UMKM
Spearman's rho	Motivasi Eksternal	Correlation Coefficient	1.000	.429*
		Sig. (2-tailed)	.	.018
		N	30	30
	Pengembangan UMKM	Correlation Coefficient	.429*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.018	.
		N	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Analisis SPSS 25, 2026.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel motivasi internal (X1) tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,328 (yang dinyatakan tidak berhubungan), sehingga secara statistik motivasi internal pelaku UMKM belum mampu mendorong secara langsung perkembangan usaha mereka. Sebaliknya, motivasi eksternal (X2) menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan pengembangan UMKM, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,429 dengan tingkat signifikansi 0,018 ($p < 0,01$). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor eksternal seperti dukungan lingkungan, akses permodalan, kebijakan pemerintah, maupun jaringan usaha memiliki peran yang sangat besar dalam mendorong perkembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu.

Tidak signifikannya motivasi internal menunjukkan bahwa dorongan intrinsik pelaku UMKM belum cukup untuk menghasilkan perubahan perilaku usaha. Kondisi tersebut disebabkan oleh karakteristik responden yang sebagian besar merupakan usaha mikro dengan modal awal rendah dan usia usaha yang relatif muda sehingga keputusan pengembangan usaha masih lebih dipengaruhi oleh dukungan eksternal dibandingkan motivasi personal. Sehingga, motivasi internal belum mampu diwujudkan menjadi perilaku kewirausahaan yang menghasilkan pengembangan usaha. Selain itu, tidak signifikannya motivasi internal menunjukkan bahwa keinginan pelaku usaha untuk berkembang belum mampu diwujudkan menjadi tindakan nyata karena masih terdapat berbagai keterbatasan sumber daya. Kondisi ini dapat dipahami mengingat sebagian besar responden merupakan usaha mikro dengan modal awal rendah dan pendapatan yang masih terbatas sehingga orientasi utama pelaku usaha lebih diarahkan pada mempertahankan keberlangsungan usaha daripada melakukan ekspansi bisnis. Dalam perspektif *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985), kebutuhan akan kompetensi dan otonomi belum terpenuhi secara optimal sehingga motivasi intrinsik belum berkembang menjadi perilaku kewirausahaan yang produktif.

Menurut *Self-Determination Theory* Deci & Ryan (1985), motivasi intrinsik akan berkembang apabila kebutuhan *autonomy*, *competence*, dan

relatedness terpenuhi. Rendahnya hubungan motivasi internal dengan pengembangan UMKM menunjukkan bahwa ketiga kebutuhan psikologis tersebut belum terpenuhi secara optimal sehingga dorongan intrinsik belum mampu mendorong perilaku pengembangan usaha. Berbeda dengan motivasi eksternal yang memiliki hubungannya dengan pengembangan UMKM, karena adanya dorongan dari berbagai *stakeholders* yang ada di Kabupaten Pringsewu. *Self-Determination Theory* Deci & Ryan (1985) menjelaskan bahwa faktor eksternal seperti pelatihan, dukungan pemerintah, dan pendampingan dapat diinternalisasi menjadi motivasi yang lebih kuat apabila diberikan secara berkelanjutan (Ryan & Deci, 2020). Oleh karena itu, kuatnya hubungan motivasi eksternal yang sudah terlaksana di Kabupaten Pringsewu, menunjukkan bahwa dukungan lingkungan masih menjadi sumber motivasi utama pelaku UMKM.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi internal tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan pengembangan UMKM di Kabupaten Pringsewu ($p = 0,185 > 0,05$; Koefisien $p = 0,328$). Sebaliknya, motivasi eksternal memiliki hubungan positif dan signifikan dengan pengembangan UMKM ($p = 0,429 < 0,05$; Koefisien $p = 0,018$). Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM dalam konteks penelitian lebih berkaitan dengan dukungan eksternal dibandingkan dorongan internal pelaku usaha.

Hasil penelitian mengindikasikan pentingnya dukungan eksternal melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi dari pemerintah daerah, dinas terkait, serta lembaga pendamping UMKM dalam mendorong pengembangan usaha. Meskipun motivasi internal tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, peningkatan motivasi internal dan eksternal tetap diperlukan agar pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan dinamika usaha.

Implikasi penelitian ini adalah perlunya memperluas akses pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan oleh pemerintah daerah, dinas terkait, dan lembaga pendamping UMKM. Di sisi lain, pelaku UMKM perlu meningkatkan motivasi internal dan eksternal serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi untuk

mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. P. (2025). Strategi Pengembangan UMKM di Sektor Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 5123–5135. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/19286>
- Auliya, N. S., Santoso, R. A., & Internal, P. (2026). *Determinan Kinerja Keuangan UMKM dalam Perspektif Literasi Keuangan, Implementasi Oris dan Pengendalian Internal*. 15(01), 373–386. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/53650>
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education Third Edition*. Winner of the Nobel Prize in Economics. University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/H/bo3684031.html>
- Dayar, M. B., Daisy, A., Syafitri, A., Damayanti, T., Wirapradipta, M., B, H. I. N., & Margaretha, J. A. (2024). Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan. *International Journal of Community Service Learning*, 8(4), 455–466. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v8i4.84705>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Springer Science+Business Media. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The “what” and “why” of goal pursuit: Human needs and the self determination of behavior*. Department of Psychology University of Rochester.
- Della, V., Widiyanti, E., Studi, P., Pertanian, K., & Pertanian, F. (2024). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Pertanian Organik di Desa Gentungan, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar Community Participation in the Development of Organic Farming Tourism in Gentungan village, Mojogedang Subdistrict, Karanganyar. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 48(1), 19–26. <https://dx.doi.org/10.20961/agritexts.v48i1.87068>
- Fatoki, O. (2014). The Causes of the Failure of New Small and Medium Enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 922–927. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n20p922>
- Greiner, L. E. (1998). *Evolution and Revolution as Organizations Grow*. Harvard Business Review.
- Hasan, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM (Sulawesi MSME Community Empowerment in the Implementation of MSME Digitization). *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43–50. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i1.1225>
- Herdono, I. I., Wibowo, O. H., Oktavio, A., Setiawardhani, N., & Sutopo, V. A. (2026). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Charitta Perempuan Ardimulyo Melalui Peningkatan Kapasitas Pengolahan Produk Pangan (Kue dan Bakery) Berbahan Lokal. *SHARE: Journal of Service Learning*, 12(1), 9–17. <https://doi.org/10.9744/share.12.1.9-17>
- Indah, C. L., Rafly, A., & Sentot, mam W. (2025). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal di UMKM surababaya. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5(2), 130–136. <https://mail.embiss.com/index.php/embiss/article/view/361>
- Malihah, L., Yulian, M., Adi, M., Al, R., & Amalia, R. (2021). Analisis SWOT Terhadap Motivasi Penggunaan Transaksi Non Tunai (E- Money Syariah) oleh Pelaku UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM di Sekitar Lingkungan Kampus IAI Darussalam Martapura). *Musarakah: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, 1(2), 89–99. <https://doi.org/10.24269/mjse.v1i2.4183>
- Meliyanti, D. P., & Gunawan, A. (2024). Strategi Pengelolaan SDM Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 01(03), 390–395. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/551/496>
- Munthe, A., Muhammad, Y., & Ridwana, S. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Novia Putri, R. (2023). *UMKM: Pengembangan, Strategi dan Studi Kasusnya*. Unisri Press. Surakarta.
- Nursini, N. (2020). Micro , small , and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction : empirical evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.1080/21665095.2020.1823238>
- Octavionica, A. (2016). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha Serta Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Minat*

- Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi* [Universitas Lampung]. <https://digilib.unila.ac.id/21902/>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press. <https://www.scribd.com/document/360648933/Teori-Keunggulan-Kompetitif-Menurut-Michael-Porter-Dan-Dong-Sum-Cho>
- Purnanengsi, L., & Yanuar, M. (2023). Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi Global. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 6(2), 266–275. <https://journal.metansi.unipol.ac.id/index.php/jurnalmetansi/article/view/234>
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 164–173. <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/abdimoestopo/article/view/4733>
- Rahmayanti, S. N., & Ariguntar, T. (2017). Karakteristik Responden dalam Penggunaan Jaminan Kesehatan Pada Era BPJS di Puskesmas Cisoka Kabupaten Tangerang. *Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit*, 6(36), 61–65. <https://doi.org/10.18196/jmmr.6128>
- Respatiningsih, H., Arini, A., & Kurniawan, B. (2020). Kemampuan adaptasi umkm di era revolusi industri 4.0. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 99–113. <https://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segment/article/view/6365>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson. 744.
- Siahaan, A. M., Rusliaman, S., & Siahaan, Y. E. (2020). Faktor pendukung dan penghambat kinerja UMKM dalam meningkatkan daya saing. *JURNAL STINDO PROFESIONAL*, 6(6), 143–156.
- Siahaan, S. K. (2024). *Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Perilaku Kewirausahaan pada UMKM di Kecamatan Medan Tuntungan* [Universitas Medan Area]. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/25733>
- Sifwah, M. A. ... Banten, I. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Suardana, I. M. (2025). *Strategi pertumbuhan bisnis UMKM: Peran inovasi dalam personaliti, sosiologi, dan lingkungan*. Seval Literindo Kreasi. Lombok Barat.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Alfabeta Cv.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro , small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(18). <https://link.springer.com/article/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Tambunan, T. T. (2017). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media : Jakarta.
- Tiakoly, J., & Luange, K. (2025). Peran UMKM dalam Menggerakkan Ekonomi Indonesia. *IQRA: Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*, 4(2), 1–13. <http://jurnal.iai-assiddiq.ac.id/index.php/iqra/article/view/64>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2011). *Economic development 11 ed*. Boston, Mass. : Addison-Wesley. <https://archive.org/details/economicdevelo/11edtoday>