



## PENGARUH FAKTOR STRATEGIS TERHADAP KINERJA UMKM JAWA TIMUR DALAM PERSPEKTIF HIRARKI KEBUTUHAN ORGANISASI MASLOW

Nur Hidayah<sup>1\*</sup>, Devangga Putra Adhitya Pratama<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

<sup>1</sup>nurhidayah.stiepemuda@gmail.com, <sup>2</sup>devangga.stiepemuda@gmail.com

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor strategis terhadap kinerja UMKM di Jawa Timur dengan pendekatan teoritik Hierarki Kebutuhan Organisasi Maslow. Lima variabel independen yang diuji meliputi aksesibilitas modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi. Kelima variabel tersebut dipandang sebagai representasi dari tingkatan kebutuhan organisasi, mulai dari kebutuhan dasar operasional hingga kebutuhan aktualisasi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 374 pelaku UMKM di berbagai sektor. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yang mana menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Hasil analisis regresi menunjukkan kekuatan empiris yang signifikan, dengan nilai F sebesar 15,519 ( $p = 0,000$ ) dan adjusted  $R^2$  sebesar 0,163, yang berarti model mampu menjelaskan 16,3% variasi kinerja UMKM. Seluruh variabel strategis yang diteliti meliputi akses modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik ( $p < 0,05$ ), memperkuat validitas penerapan hierarki kebutuhan Maslow dalam menjelaskan peningkatan kinerja UMKM secara bertahap dan berkelanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemenuhan kebutuhan organisasi secara bertahap memiliki kontribusi nyata dalam peningkatan efektivitas dan daya saing UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis serta memberikan implikasi praktis bagi perancang kebijakan dan pelaku usaha dalam merumuskan pengembangan strategi bisnis bagi UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan di era digital.

**Kata kunci:** Kemudahan Akses Modal, Keunggulan Kompetitif, Kualitas Layanan, Kinerja UMKM, Teknologi Informasi

### PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam mendukung keberlanjutan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. UMKM tidak hanya



berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Sebagai manifestasi dari semangat kewirausahaan dan kemandirian ekonomi, UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam membangun daya saing ekonomi nasional (Pratama, Subroto, & Sakti, 2024). Namun demikian, meskipun kontribusinya besar, banyak UMKM terutama pada level mikro masih menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan dasar organisasionalnya, seperti akses terhadap modal, stabilitas operasional, dan kapasitas teknologi. Kondisi ini turut memperkuat fenomena *missing middle* dalam struktur UMKM di Indonesia, di mana jumlah usaha mikro sangat dominan dibandingkan dengan usaha kecil dan menengah. Ketidakseimbangan ini menunjukkan belum optimalnya proses naik kelas UMKM akibat tidak terpenuhinya kebutuhan dasar secara berjenjang. Dengan mengacu pada perspektif Hierarki Kebutuhan Maslow dalam konteks organisasi, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan tersebut menjadi fondasi penting agar UMKM dapat berkembang secara bertahap dan meningkatkan kinerjanya secara berkelanjutan. (Yuni, 2020)

Pemenuhan kebutuhan dasar organisasi, seperti akses terhadap modal (E H Andriansyah, Surjanti, Dewi, Ginanjar, & Srisuk, 2025), informasi, dan stabilitas operasional, merupakan fondasi penting bagi peningkatan kinerja UMKM. Ketika kebutuhan-kebutuhan tersebut terpenuhi secara optimal, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang menuju tahap organisasi yang lebih matang. Penelitian ini relevan bagi pelaku usaha dalam mengidentifikasi strategi paling efektif untuk meningkatkan kinerja organisasi, terutama dalam kondisi sumber daya yang terbatas. Kinerja organisasi sendiri mencerminkan kemampuan UMKM dalam memahami kebutuhan pasar serta merespons ekspektasi pelanggan, baik melalui indikator finansial seperti profitabilitas, maupun non-finansial seperti kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional (Primadona, 2015). Oleh karena itu, pengukuran kinerja menjadi instrumen penting bagi setiap organisasi untuk mengevaluasi keberhasilan, serta sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis di masa mendatang (Santoso, Maulina, & Utami, 2023).

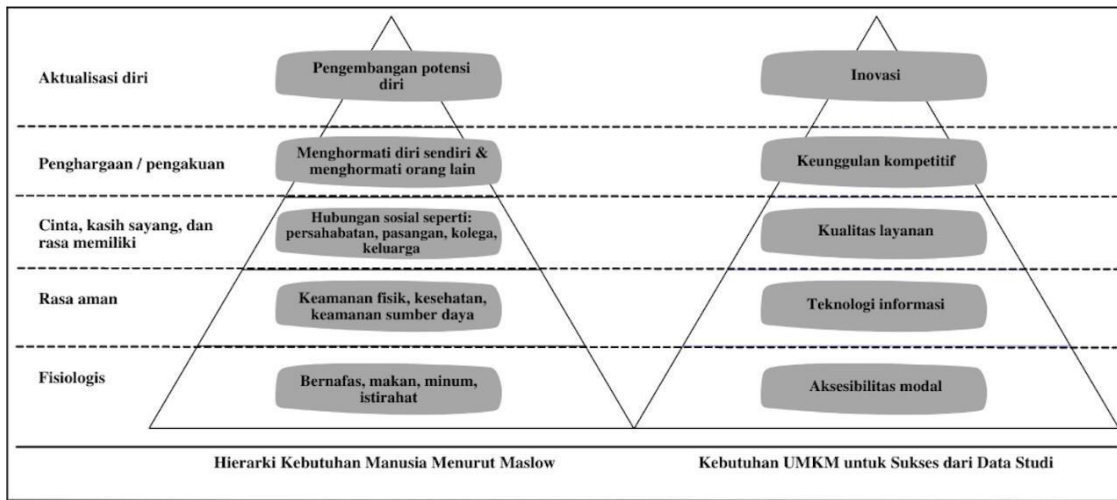
Namun demikian, UMKM di Indonesia masih menghadapi hambatan serius dalam hal akses permodalan, terutama dari lembaga keuangan formal. Ketimpangan ini berbeda jauh dengan perusahaan besar yang relatif lebih mudah memperoleh fasilitas kredit. Dalam

konteks inilah, pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) berperan penting untuk mendukung efisiensi, integrasi strategi bisnis, dan pencapaian tujuan usaha. Adopsi TI terbukti mampu meningkatkan kinerja operasional UMKM dan menjaga daya saing mereka di tengah persaingan pasar yang semakin global (Yunus, 2016).

Penerapan Teknologi Informasi (TI) memberikan berbagai keuntungan strategis bagi UMKM, seperti efisiensi waktu, penghematan biaya operasional, serta peningkatan kepuasan pelanggan (Gunawan, Fathorrahman, & Handoko, 2019). TI juga memungkinkan perusahaan untuk merespons dinamika pasar secara lebih cepat dan tepat, sehingga mendukung pencapaian tujuan bisnis secara keseluruhan. Salah satu dampak nyata dari pemanfaatan TI adalah perbaikan kualitas layanan, yang secara langsung berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan pelanggan (Hanifa, Kurniawati, & Rahmidani, 2019). Ketika kualitas layanan meningkat, kepuasan pelanggan pun cenderung naik, dan hal ini pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja organisasi secara menyeluruh (Tatminingsih, Nur, & Nurmayanti, 2020).

Selain itu, keunggulan kompetitif menjadi faktor krusial dalam memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi produk atau layanan, serta fokus pada target pasar tertentu. Strategi tersebut mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan memungkinkan perusahaan merespons kebutuhan pasar dengan lebih efektif (Ramandita, Utami, & Lutfi, 2019).

Inovasi juga memainkan peran sentral dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Peningkatan kinerja inovatif terbukti berdampak positif terhadap berbagai aspek, mulai dari efisiensi produksi, efektivitas pemasaran, hingga kinerja keuangan dalam jangka panjang (Wati & Putra, 2017). Dalam konteks teori Hierarki Kebutuhan Maslow, peningkatan inovasi dapat diibaratkan sebagai bentuk aktualisasi diri dalam organisasi, di mana UMKM berusaha mencapai potensi tertingginya setelah kebutuhan-kebutuhan dasar sebelumnya terpenuhi (Maslow, 1966). Pendekatan ini memandang organisasi secara holistic seolah-olah seperti manusia yang tumbuh dan berkembang seiring dengan terpenuhinya tingkatan kebutuhan secara bertahap (Rojas, Méndez, & Watkins-Fassler, 2023). Oleh karena itu, kerangka Maslow relevan digunakan untuk menganalisis kebutuhan dan strategi pengembangan UMKM secara berjenjang dalam kaitannya dengan peningkatan kinerja.



Gambar 1. Perbandingan Hierarki Kebutuhan Menurut Maslow dan Hierarki Kebutuhan UMKM untuk Sukses

Berdasar pada studi pendahuluan yang dilakukan peneliti berdasarkan kebutuhan UMKM Jawa Timur, banyak UMKM masih menghadapi tantangan struktural dan strategis dalam meningkatkan kinerja usahanya, seperti keterbatasan akses modal, kurangnya pemanfaatan teknologi informasi, rendahnya kualitas layanan, minimnya inovasi, dan lemahnya keunggulan kompetitif. Di sisi lain, pendekatan strategis pengembangan UMKM umumnya masih bersifat praktis, belum banyak yang mengaitkan kebutuhan pengembangan tersebut dengan pendekatan teoritis yang holistik seperti Hierarki Kebutuhan Maslow dalam konteks organisasi. Padahal, kebutuhan organisasi, seperti stabilitas operasional (*safety needs*), pengakuan pasar (*esteem needs*), hingga aktualisasi bisnis (*self-actualization*), memiliki keterkaitan erat dengan faktor-faktor strategis yang memengaruhi kinerja. (Khan, Bhatti, Hussain, Ahmad, & Iqbal, 2021)

Penggunaan teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam konteks organisasi UMKM didasarkan pada asumsi bahwa entitas organisasi, layaknya individu, memiliki kebutuhan berjenjang yang harus dipenuhi untuk mencapai kinerja optimal. Meskipun awalnya dikembangkan dalam ranah psikologi humanistik untuk menjelaskan motivasi individu (Maslow, 1966), sejumlah penelitian telah mengadopsi kerangka ini ke dalam konteks organisasi dengan pendekatan metaforis yang memandang organisasi sebagai "mahluk hidup" yang mengalami proses pertumbuhan dan aktualisasi (Rojas et al., 2023). Transposisi



ini tidak dimaksudkan untuk menyamakan organisasi dengan individu secara ontologis, melainkan sebagai perangkat konseptual untuk memetakan kebutuhan organisasi secara bertahap, mulai dari kebutuhan operasional dasar seperti stabilitas keuangan dan infrastruktur (fisiologis), hingga ke tingkat inovasi dan diferensiasi strategis (aktualisasi). Dalam konteks UMKM, pendekatan ini relevan karena banyak unit usaha berada pada fase pertumbuhan awal yang ditandai oleh keterbatasan sumber daya dan kompleksitas kebutuhan yang saling bertingkat. Dengan demikian, model hierarki kebutuhan organisasi dapat menjadi kerangka analitis yang kuat untuk memahami prioritas strategis UMKM secara sistematis dan kontekstual (Khan et al., 2021; Ramandita et al., 2019).

Dengan mengkaji pengaruh faktor strategis terhadap kinerja UMKM dalam kerangka hierarki kebutuhan organisasional Maslow, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam menyusun prioritas strategi pengembangan UMKM secara lebih terstruktur dan relevan dengan kondisi nyata agar lebih sesuai dengan realitas operasional menyeluruh. Dalam penelitian sebelumnya penelitian empiris mampu mengungkap urutan kebutuhan sesuai dengan pengalaman nyata pelaku UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan guna memberikan dasar ilmiah dalam merancang kebijakan atau intervensi yang tepat sasaran bagi penguatan serta dinamika persaingan pasar yang sedang dihadapi pelaku UMKM di Jawa Timur.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berorientasi pada data primer sebagai dasar analisis. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang bersedia berpartisipasi dan memberikan informasi secara sukarela sebagai pelaku usaha yang mana dalam hal sedikitnya akses modal, kurangnya pemanfaatan teknologi informasi, rendahnya kualitas layanan, minimnya inovasi, dan lemahnya keunggulan kompetitif mampu memberikan strategi baru yang lebih efektif. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert sebagaimana disarankan oleh Sugiyono, (2013) memaparkan bila skala likert biasa digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang akan sebuah fenomena sosial. Secara umum kategori penilaian yang digunakan pada skala likert adalah 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka.

Metode convenience sampling digunakan dalam pemilihan sampel, yaitu dengan menjangkau pelaku UMKM yang mudah diakses dan bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan (Arifin, Pratama, & Utomo, 2023). Sebanyak 374 responden ditetapkan sebagai sampel karena dianggap telah mewakili populasi UMKM di Jawa Timur secara proporsional. Pemilihan UMKM sebagai objek penelitian mengacu pada kriteria yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021, yang mengklasifikasikan UMKM berdasarkan kepemilikan modal usaha dan jumlah omzet tahunan. Hanya UMKM yang memenuhi kriteria tersebut yang dilibatkan dalam penelitian ini, agar hasilnya dapat mencerminkan realitas dan kebutuhan pengembangan UMKM secara akurat dalam konteks organisasi yang bertumbuh secara bertahap sesuai prinsip hirarki kebutuhan Maslow.

Tabel 1. Kriteria UMKM PP Nomor 7 Tahun 2021

Klasifikasi	Kriteria Modal Usaha	Kriteria Hasil Penjualan Tahunan
Mikro	≤ 1 Miliar Rupiah	≤ 2 Miliar Rupiah
Kecil	1–5 Miliar Rupiah	2–15 Miliar Rupiah
Menengah	5–10 Miliar Rupiah	15–50 Miliar Rupiah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### *Karakteristik Responden*

Berdasarkan hasil pengolahan data, karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM bergerak di sektor kuliner, dengan total 144 responden atau setara dengan 38,5% dari seluruh sampel. Dari sisi umur usaha, mayoritas responden memiliki usaha dengan usia operasional kurang dari lima tahun, sebanyak 118 responden atau 31,6%. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar UMKM yang terlibat berada dalam fase awal pengembangan usaha.

Dari jumlah tenaga kerja, usaha yang dikelola oleh responden umumnya mempekerjakan lebih dari 15 orang, dengan 137 responden atau 60,7%, yang menunjukkan skala operasional relatif besar untuk kategori UMKM. Dalam hal pendapatan, mayoritas UMKM memiliki penjualan tahunan kurang dari atau sama dengan Rp2 miliar, yang mencakup 137 responden atau 36,6%, sehingga masih dikategorikan sebagai usaha mikro

atau kecil sesuai klasifikasi resmi.

Sementara itu, dari sisi permodalan, sebagian besar responden—sebanyak 197 orang atau 52,7%—memiliki modal usaha kurang dari atau sama dengan Rp1 miliar. Kriteria ini sesuai dengan ketentuan klasifikasi usaha mikro sebagaimana tercantum dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih berada pada tingkat kebutuhan dasar dalam hierarki organisasi, sehingga relevan dianalisis lebih lanjut dalam kerangka teori Maslow untuk memahami kebutuhan strategis yang dapat mendorong peningkatan kinerja usaha mereka.

### Uji F

Uji signifikansi F dalam analisis regresi digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi yang dibangun secara keseluruhan memiliki kelayakan untuk digunakan dalam menguji hipotesis penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi F adalah 0,000, yang berada jauh di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang melibatkan variabel-variabel strategis seperti akses modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini valid dan layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut, serta hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak. Temuan ini memperkuat bahwa faktor-faktor strategis tersebut memang relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam upaya memahami peningkatan kinerja UMKM berdasarkan pendekatan hirarki kebutuhan organisasi sebagaimana dijelaskan dalam teori Maslow.

Tabel 2. Hasil Analisis Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1313.751	5	262.750	15.519	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6230.680	368	16.931		
	Total	7544.430	373			
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM						
b. Predictors: (Constant), Aksesibilitas Modal, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan, Keunggulan Kompetitif, Inovasi						

Berdasarkan hasil analisis uji F pada Tabel 2, diperoleh nilai F sebesar 15,519 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi secara simultan signifikan. Artinya, variabel-variabel

independen yaitu Aksesibilitas Modal, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan, Keunggulan Kompetitif, dan Inovasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Dengan demikian, model yang digunakan layak untuk memprediksi atau menjelaskan variasi kinerja UMKM berdasarkan variabel-variabel tersebut.

### ***Uji Koefisien Determinansi***

Uji koefisien determinansi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu kinerja UMKM. Nilai adjusted R square yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,163. Artinya, sekitar 16,3% perubahan dalam kinerja UMKM di Jawa Timur dapat dijelaskan oleh variabel-variabel strategis yang diteliti, yaitu kemudahan akses modal, pemanfaatan teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi. Sementara itu, 83,7% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi ini, yang kemungkinan mencakup aspek eksternal seperti regulasi pemerintah, kondisi pasar, kemampuan manajerial, atau dinamika sosial ekonomi lokal. Nilai ini menunjukkan bahwa meskipun variabel-variabel strategis berkontribusi terhadap kinerja UMKM, terdapat pula ruang besar untuk mempertimbangkan variabel lain yang mungkin lebih signifikan terutama dalam kerangka pendekatan hierarki kebutuhan organisasi Maslow yang menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan secara bertahap dan berkelanjutan dalam pengembangan UMKM.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinansi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.417a	.174	.163	4.11475

a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas Modal, Teknologi Informasi, Kualitas Layanan, Keunggulan Kompetitif, Inovasi

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,163 menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sekitar 16,3% variasi kinerja UMKM, sementara 83,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lima variabel strategis yang diteliti. Angka ini tidak serta-merta melemahkan validitas model, tetapi mencerminkan kompleksitas fenomena kinerja UMKM yang sangat dipengaruhi oleh kondisi kontekstual dan multidimensional, termasuk faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, akses jaringan bisnis, literasi digital, atau dinamika pasar lokal

(Ferine, Zaki, Cahyaningrum, Papilaya, & Fkun, 2023). Dalam konteks UMKM di negara berkembang, model dengan  $R^2$  rendah bukan hal yang luar biasa mengingat banyaknya variabel lingkungan yang tidak terstandarisasi (Yolanda, 2024). Oleh karena itu, peneliti menawarkan interpretasi bahwa hasil ini membuka ruang eksplorasi lanjutan untuk memasukkan variabel-variabel kontekstual sebagai determinan tambahan. Selain itu, penggunaan model analisis struktural atau pendekatan campuran (mixed methods) di penelitian selanjutnya dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan menjembatani keterbatasan kuantitatif yang bersifat reduksionistik. Dengan demikian, meskipun kontribusi langsung model bersifat parsial, penelitian ini tetap signifikan dalam menyusun fondasi awal pemetaan kebutuhan strategis UMKM berbasis teori Maslow, yang dapat dikembangkan secara bertahap dalam studi-studi lanjutan.

#### ***Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)***

Uji t dilakukan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen secara individual terhadap kinerja UMKM dengan anggapan variabel lain konstan.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Model	B	t	Sig.
(Constant)	9,517	4,486	0,000
AM	0,242	2,117	0,035
TI	0,166	2,348	0,019
KL	0,193	2,157	0,032
KOM	0,157	2,631	0,009
INO	0,184	3,351	0,001

a. Dependent Variable: KINERJA

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang diteliti—yaitu kemudahan akses modal, pemanfaatan teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi—memiliki koefisien bernilai positif. Selain itu, masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi di bawah ambang batas 0,05, yang berarti pengaruhnya terhadap kinerja UMKM bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelima variabel strategis tersebut secara bersama-sama dan individu mendukung peningkatan kinerja UMKM di Jawa Timur. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini didukung oleh data empiris.

Dalam kerangka pendekatan hirarki kebutuhan organisasi Maslow, hasil ini memperkuat asumsi bahwa pemenuhan kebutuhan-kebutuhan mendasar seperti akses terhadap sumber daya, teknologi, layanan berkualitas, daya saing, dan inovasi merupakan elemen penting dalam mendorong UMKM untuk naik ke level kebutuhan organisasi yang lebih tinggi dan mencapai performa optimal secara berkelanjutan.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Kesimpulan
1.	Kemudahan akses modal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Didukung
2.	Teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Didukung
3.	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Didukung
4.	Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Didukung
5.	Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Didukung

## Pembahasan

### *Pengaruh Kemudahan Akses Modal Terhadap Kinerja UMKM*

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, yang berarti kemudahan akses terhadap modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Jawa Timur. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Góes dan Bekkers, (2022) yang menegaskan adanya hubungan erat antara akses keuangan dan peningkatan kinerja perusahaan. Di Indonesia, permodalan masih menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Mengacu pada kerangka konseptual yang diusulkan oleh Yolanda, (Yolanda, 2024) peneliti mengkategorikan akses modal sebagai bagian dari kebutuhan fisiologis organisasi, yaitu kebutuhan paling dasar dalam kerangka hirarki Maslow yang diadaptasi untuk konteks organisasi.

Dalam konteks ini, pemenuhan kebutuhan modal menjadi elemen vital yang mendukung keberlangsungan hidup dan pertumbuhan UMKM. Seperti halnya kebutuhan fisiologis manusia yang bersifat fundamental, kebutuhan akan pembiayaan merupakan "oksigen" bagi kelangsungan operasional usaha (Nuryadi et al., 2023). Akses yang memadai terhadap sumber pendanaan memungkinkan pelaku UMKM untuk melakukan investasi, mengembangkan kapasitas usaha, dan berkontribusi lebih besar dalam pembangunan

ekonomi serta pengentasan kemiskinan (Pratama & Anisa, 2022). Dengan demikian, semakin mudah UMKM memperoleh akses modal, semakin besar pula potensi peningkatan kinerja mereka secara menyeluruh.

### ***Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, di mana teknologi informasi (TI) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Jawa Timur. Artinya, semakin terpenuhinya kebutuhan UMKM terhadap TI, maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan TI dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional Perusahaan. (Pratama & Muhlisin, 2023; Purwanti et al., 2023)

Dalam konteks UMKM, TI berperan penting sebagai pendorong strategi bisnis yang adaptif dan berorientasi pada tujuan jangka panjang (Eka Hendi Andriansyah, Subroto, & Sakti, 2025; Ferine et al., 2023). Namun demikian, tingkat digitalisasi UMKM di Indonesia masih tergolong rendah, dengan hanya sekitar 19% atau 12 juta UMKM yang telah memanfaatkan teknologi secara aktif (Nurasri, Lestari, & Sonhaji, 2022). Berdasarkan permasalahan ini dan mengacu pada kerangka konseptual Ramandita et al., (Ramandita et al., 2019), peneliti menempatkan teknologi informasi pada level kebutuhan rasa aman dalam hierarki Maslow versi organisasi. Hal ini karena implementasi TI memberikan perlindungan dalam bentuk stabilitas usaha, keamanan data, serta keberlanjutan operasional di tengah tantangan pasar digital yang terus berkembang.

Adopsi TI juga berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi proses, serta daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, kebutuhan akan teknologi informasi tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga merupakan komponen strategis dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan UMKM di era digital.

### ***Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kinerja UMKM***

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa H3 diterima. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Makin kebutuhan kualitas layanan terpenuhi, makin meningkat kinerja UMKM atau sebaliknya. Hal kebutuhan kualitas layanan dan kinerja UMKM ini sesuai dengan penelitian sebelumnya tentang hubungan antara kualitas layanan dan kinerja (Haliza, Mulyana, & Indika, 2024). 75% UMKM yang telah masuk ke e-commerce sulit memenuhi serta mempertahankan layanan

purna jual. Produk yang diberikan oleh UMKM belum berstandar yang jelas (Kemenkop-UKM, 2021). Atas dasar permasalahan kualitas layanan tersebut dan diselaraskan dengan kerangka yang diusulkan oleh Ramandita et al., (Ramandita et al., 2019), Peneliti memvalidasi kualitas layanan di level kebutuhan cinta, kasih sayang, dan rasa memiliki pada hierarki Maslow karena kualitas layanan merujuk pada hubungan sosial terhadap kolega dan pelanggan. UMKM seolah ingin menciptakan hubungan mempengaruhi dimana peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, maka kinerja organisasi bisa meningkat (Suhardi, Ismilasari, & Jasman, 2021). Aspek kualitas, konsistensi produk yang sama antara merek dan konsumen mereka, sambil terus membangun bisnis. Hubungan tersebut dianggap penting untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen akan terjalin karena konsumen percaya terhadap kualitas layanan yang diberikan dan mampu mengurangi risiko yang diperoleh (Ariyani, Darim, Megasari, Siswanto, & Pratama, 2022). Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat erat hubungannya dan saling keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Makin kebutuhan keunggulan kompetitif terpenuhi, makin meningkat kinerja UMKM atau sebaliknya. Hal kebutuhan keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM ini sesuai dengan penelitian sebelumnya tentang hubungan antara keunggulan kompetitif dan kinerja. (Sudrajat, Sumaryana, Buchari, & Tahjan, 2018)

### ***Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja UMKM***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima, yang mengindikasikan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Artinya, semakin tinggi tingkat keunggulan kompetitif yang dimiliki suatu UMKM, maka semakin baik pula kinerjanya dalam konteks pertumbuhan dan daya saing. Dalam konteks hierarki kebutuhan organisasi Maslow, keunggulan kompetitif diposisikan pada tingkatan kebutuhan akan penghargaan dan pengakuan, karena UMKM yang unggul dalam bersaing akan memperoleh legitimasi pasar, reputasi usaha, dan kepercayaan dari konsumen serta mitra. Keunggulan ini mencerminkan posisi strategis UMKM dalam mempertahankan pelanggan dan menembus pasar baru secara efektif.

Namun, data menunjukkan bahwa minimnya jumlah produk UMKM yang mampu bersaing di pasar internasional masih menjadi kendala utama. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya kreativitas dan inovasi produk yang dikembangkan oleh pelaku UMKM

(Darmasto, Kamaliah, & Agusti, 2020). Dalam kerangka pemenuhan kebutuhan organisasi secara bertahap, inovasi menjadi faktor penting yang mengarah pada kebutuhan aktualisasi diri, yakni tahapan tertinggi dalam hierarki Maslow. Inovasi memungkinkan UMKM untuk bertransformasi, mengungguli pesaing, serta mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan sebagai strategi utama dalam meningkatkan kinerja organisasi.

### ***Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja UMKM***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima (H5) diterima, yang berarti bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selaras dengan Ramandita et al., (Ramandita et al., 2019) semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan akan inovasi dalam suatu organisasi, maka semakin meningkat pula kinerja UMKM tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan adanya hubungan erat antara kapasitas inovatif dan pencapaian kinerja organisasi secara menyeluruh (Khan et al., 2021).

Dalam perspektif hierarki kebutuhan Maslow, inovasi diposisikan pada tingkatan kebutuhan aktualisasi diri, yakni tahap tertinggi yang mencerminkan kemampuan organisasi untuk mengembangkan potensi maksimalnya. Inovasi, dalam konteks ini, mencakup segala bentuk pembaruan baik berupa gagasan, produk, layanan, maupun proses—yang dianggap baru dan bernilai dalam upaya meningkatkan daya saing usaha.

Bagi UMKM, inovasi bukan hanya menjadi alat untuk bertahan, tetapi juga menjadi kunci strategis dalam menghadapi pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Peningkatan inovasi terbukti mampu memperbaiki efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produksi, memperluas jangkauan pemasaran, dan secara bertahap mendorong pertumbuhan kinerja keuangan. Oleh karena itu, upaya mendorong budaya inovasi di sektor UMKM menjadi krusial dalam mencapai kinerja organisasi yang berkelanjutan serta mendukung transformasi UMKM menuju level yang lebih tinggi dalam struktur ekonomi nasional. (Khan et al., 2021)

### ***Analisis Struktur Tingkat Hirarki***

Dalam penelitian ini, kebutuhan dasar yang memengaruhi kinerja UMKM diklasifikasikan ke dalam lima tingkatan berdasarkan pendekatan hierarki kebutuhan Maslow, dengan penyesuaian terhadap konteks organisasi. Proses ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan utama UMKM di Indonesia, lalu menyelaraskannya dengan definisi masing-masing tahapan dalam hierarki Maslow. Kelima kebutuhan tersebut, yang

disusun secara bertingkat mulai dari yang paling mendasar hingga yang paling kompleks, yaitu: kemudahan akses terhadap modal (kebutuhan fisiologis), pemanfaatan teknologi informasi (kebutuhan rasa aman), kualitas layanan (kebutuhan akan afiliasi dan hubungan sosial), keunggulan kompetitif (kebutuhan akan penghargaan), dan inovasi (kebutuhan aktualisasi diri).

Setiap tingkat kebutuhan tersebut merepresentasikan elemen strategis yang diperlukan UMKM dalam mengembangkan kapasitasnya untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Untuk menguji kebenaran struktur hierarki tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis hierarki terhadap variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengevaluasi pengaruh faktor-faktor strategis terhadap kinerja UMKM, tetapi juga menelaah bagaimana urutan pemenuhan kebutuhan tersebut sesuai dengan prinsip dasar teori Maslow yang diaplikasikan dalam konteks organisasi dan bisnis.

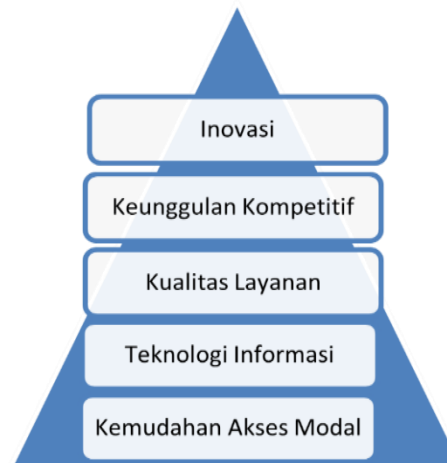
Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

No.	Pasangan Variabel	Rata-rata	Perbedaan Rata-rata	T	Df	Sig. (2-tailed)
1.	X1	3,47	-0,299	-5,03	373	0,000
	X2	3,77				
2.	X1,X2	3,55	-0,497	11,191	373	0,000
	X3	4,04				
3.	X1, X2, X3	3,66	-0,241	-6,168	373	0,000
	X4	3,90				
4.	X1, X2, X3, X4	3,71	-0,158	-3,474	373	0,000
	X5	3,87				

Nilai  $t$  dari seluruh pasangan variabel dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif secara umum, meskipun beberapa nilai  $t$  pada tabel bersifat negatif. Nilai negatif tersebut muncul karena rata-rata skor awal lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata skor akhir. Berdasarkan Tabel 9, seluruh nilai  $t$  hitung melebihi nilai  $t$  tabel sebesar 1,968 dan nilai signifikansinya berada di bawah ambang 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara masing-masing pasangan variabel yang diuji.

Selain itu, pola yang terlihat dalam Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari setiap variabel cenderung meningkat dari kiri ke kanan, sebagaimana terlihat dari nilai selisih rata-rata yang bersifat negatif. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat disusun

secara hierarkis secara konsisten. Oleh karena itu, urutan hierarki kebutuhan dalam penelitian ini yang terdiri dari kemudahan akses modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi dapat dikatakan valid dan sesuai dengan struktur hierarki kebutuhan organisasi berdasarkan pendekatan Maslow. Temuan ini mendukung asumsi bahwa kebutuhan dasar UMKM dapat diidentifikasi dan diurutkan secara logis untuk meningkatkan kinerja organisasi secara bertahap dan sistematis.



Gambar 2. Struktur Tingkat Hierarki Hasil Analisis

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini menghasilkan temuan penting dengan menggunakan pendekatan hierarki kebutuhan Maslow yang disesuaikan untuk konteks organisasi, seolah-olah UMKM diposisikan sebagai individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan dasar secara bertahap berdampak positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penerapan teori kebutuhan Maslow dalam lingkungan UMKM dan penyusunan urutan hierarki kebutuhan yang relevan bagi pelaku usaha. Hierarki kebutuhan UMKM yang ditemukan secara berurutan meliputi: aksesibilitas modal, teknologi informasi, kualitas layanan, keunggulan kompetitif, dan inovasi. Urutan ini disusun berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa setiap kebutuhan memiliki peran berbeda dalam mendukung kinerja UMKM. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi strategis bagi pembuat kebijakan untuk menyusun kebijakan pemberdayaan UMKM yang berfokus pada pemenuhan lima kebutuhan tersebut sesuai urutan hierarkinya. Pemahaman

terhadap urutan kebutuhan juga mampu membantu dalam pengembangan strategi bisnis yang efektif serta mampu merancang program pelatihan, mentoring juga dukungan lain sesuai kebutuhan pelaku UMKM dalam menetapkan prioritas strategi bisnis dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

### Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pengumpulan data dilakukan dalam waktu yang relatif singkat, sehingga tidak mencerminkan dinamika perubahan jangka panjang. Meskipun ruang lingkup penelitian cukup luas, fokus penelitian terbatas pada konteks negara berkembang, khususnya UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian ini belum mempertimbangkan variasi kondisi lingkungan dan perbedaan regulasi antar daerah tempat UMKM berada.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan longitudinal atau kombinasi metode dan faktor lainnya yang mungkin mempengaruhi motivasi dan kinerja UMKM yang belum tercakup dalam teori maslow agar bisa memberikan kontribusi serta evaluasi dari perubahan kebutuhan UMKM dari waktu ke waktu. Penambahan ukuran sampel juga dianjurkan untuk memperluas cakupan dan meningkatkan validitas hasil. Penelitian mendatang juga sebaiknya mempertimbangkan kondisi lingkungan dan kebijakan daerah yang beragam, karena faktor-faktor ini berpotensi memengaruhi urutan atau struktur hierarki kebutuhan UMKM yang ditemukan dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, E H, Surjanti, J., Dewi, R. M., Ginanjar, A. E., & Srisuk, P. (2025). Financial Stress Studies: What Can We Learn From The Latest Trends? SDG Improvement Efford. *Journal of Lifestyle and SDG'S Review*, 5(1). <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe04385>
- Andriansyah, Eka Hendi, Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). MSMEs, digital transformation economy during pandemic in Indonesian. *Social Work and Education*, 11(4 SE-RECENT ISSUES IN SOCIAL POLITICS), 444–464. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.24.4.1>
- Arifin, S., Pratama, D. P. A., & Utomo, P. (2023). *Pengantar Statistika: Teori dan Metode Ekonomi Terapan*. Surabaya: CV. Pena Jaya Pers.
- Ariyani, F. A., Darim, A., Megasari, A. D., Siswanto, & Pratama, D. P. A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Lotte Mart Marvell City Surabaya. *Worldview: Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains*, 01(2), 163–176.



- Darmasto, B., Kamaliah, & Agusti, R. (2020). Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Metode Balanced Scorecard. *Jurnal Sorot*, 8(1), 95–104.
- Ferine, K. F., Zaki, A., Cahyaningrum, A. O., Papilaya, F., & Fkun, E. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Social Capital. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 135–149. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.230>
- Góes, C., & Bekkers, E. (2022). The Impact of Geopolitical Conflicts on Trade, Growth, and Innovation. In *Economic Research and Statistics Division*. San Diego.
- Gunawan, T., Fathorrahman, F., & Handoko, Y. (2019). Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), 189–204. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i2.3347>
- Haliza, A. P., Mulyana, A., & Indika, D. R. (2024). Pengaruh Digitalisasi Dan Pelatihan Entrepreneurship Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Peserta Kampus UMKM Shopee Di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 6(1), 35–46.
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658>
- Khan, A. J., Bhatti, M. A., Hussain, A., Ahmad, R., & Iqbal, J. (2021). Employee Job Satisfaction in Higher Educational Institutes: A Review of Theories. *Journal of South Asian Studies*, 9(3), 257–266. <https://doi.org/10.33687/jsas.009.03.3940>
- Maslow, A. H. (1966). *The Psychology of Science*. Harper & Row.
- Nurasri, Y., Lestari, S., & Sonhaji. (2022). Pengembangan Produk Lokal Berbasis Technopreneur Guna Menuju Masyarakat Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1349–1358.
- Nuryadi, Kurniawati, A, W. N., Arifin, S., Pratama, D. P. A., & Hedriawan, A. (2023). A Case Study Online Marketing Strategy in Increasing Sales Volume in Elvin Snack SMEs. *Progress Conference*, i(1), 244–250.
- Pratama, D. P. A., & Anisa, N. A. (2022). Pendidikan Ekonomi : Kunci dalam Mengatasi Kemiskinan di Era Globalisasi. *Jurnal Ekodik : Ekonomi Pendidikan*, 10(02), 36–41.
- Pratama, D. P. A., & Muhlisin. (2023). Branding Based on Digital Marketing For Surabaya Students: High Purchase Decision? *International Journal of Economics, Science, and Education (IJESE)*, 1(1), 16–24.
- Pratama, D. P. A., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2024). Soft Skills and Entrepreneurial Spirit: Integration of Skills through Continuing Education for Indonesian Students in the Era of Globalization 21st Century. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI)*, XI(August), 733–744. <https://doi.org/10.51244/IJRSI>
- Primadona. (2015). Peranan Modal Sosial Dan Modal Manusia Dalam Wirausaha. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akutansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, (c), 199–204.
- Purwanti, T., Ristiyana, R., Libriantono, B., Widayati, T., Budiman, N. A., Nugroho, L., ... Sari,

- M. N. (2023). *UMKM Membangun Ekonomi Kreatif*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Ramandita, H. D., Utami, E., & Lutfi, E. T. (2019). Sistem Pengukuran Kinerja Manajemen Untuk Mengevaluasi Tujuan Perusahaan Menggunakan Model Balanced Scorecard Dan Gamification. *Creative Information Technology Journal*, 4(4). <https://doi.org/10.24076/citec.2017v4i4.120>
- Rojas, M., Méndez, A., & Watkins-Fassler, K. (2023). The hierarchy of needs empirical examination of Maslow's theory and lessons for development. *World Development*, 165, 106185. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2023.106185>
- Santoso, T., Maulina, A., & Utami, R. A. (2023). *Manajemen Operasional*. Bandung: Penerbit Widina Media Utama.
- Sudrajat, A. R., Sumaryana, A., Buchari, R. A., & Tahjan, T. (2018). Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(1), 53. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i1.1600>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 3).
- Suhardi, A., Ismilasari, I., & Jasman, J. (2021). Analisis Pengaruh Loyalitas dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1117–1124. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.421>
- Tatminingsih, S., Nur, F. M., & Nurmayanti, S. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pertanian Dan Perkebunan Kabupaten Bima. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(4), 356–368. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4.582>
- Wati, G. P., & Putra, I. W. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Good Corporate Governance Pada Kualitas Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19, 137–167.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yuni, R. (2020). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Investasi Pemerintah, Dan UMK Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Niagawan*, 9(1), 73. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i1.17658>
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi, 25.