

STUDI KASUS MENGENAI PENGARUH MOTIVASI TERHADAP INOVASI KERJA DI BIDANG UMKM TOKO DENVANY NGORO MOJOKERTO

¹Vanny Aisyaroyah Jean Islami (Progam Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)

E-mail Koresponden: ninarose1207@gmail.com

²Sudiah Hestianah (Progam Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)

E-mail Koresponden: sudiahhestianah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Kata Kunci: motivasi kerja; inovasi kerja; UMKM; studi kasus; Mojokerto

Keywords: work motivation; work innovation; MSMEs; case study; Mojokerto.

Received : 30 Oktober 2023

Revised : 05 November 2023

Accepted: 15 November 2023

©2023The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh motivasi kerja terhadap inovasi kerja pada UMKM Toko Denvany yang berlokasi di Ngoro, Mojokerto. Topik ini penting karena UMKM menghadapi tantangan persaingan, perubahan perilaku konsumen, serta tuntutan adaptasi digital, sehingga inovasi menjadi kebutuhan utama untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana motivasi kerja pemilik dan karyawan dapat mendorong munculnya inovasi kerja dalam aktivitas operasional UMKM. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja berperan sebagai pendorong utama inovasi, baik dalam bentuk pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, maupun pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran. Motivasi yang tinggi membuat pelaku UMKM lebih aktif mencoba ide baru dan lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Namun, inovasi juga menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, keterbatasan waktu, dan rendahnya literasi digital. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa motivasi kerja merupakan faktor penting yang mendukung inovasi kerja pada UMKM, sehingga perlu diperkuat melalui pengembangan kompetensi, dukungan pelatihan, dan pendampingan berkelanjutan agar inovasi dapat berlangsung secara konsisten.

ABSTRACT

This study examines the influence of work motivation on work innovation in Denvany Store, an

MSME located in Ngoro, Mojokerto. This topic is important because MSMEs face increasing competition, shifting consumer behavior, and the growing need for digital adaptation, making innovation essential for business sustainability. The study aims to explore how the motivation of the owner and employees encourages the emergence of work innovation in daily operational activities. A qualitative research design with a case study approach was employed. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that work motivation serves as a key driver of innovation, including product development, service quality improvement, and the use of social media as a marketing strategy. High motivation encourages MSME actors to actively try new ideas and respond more effectively to customer needs. However, innovation efforts are constrained by limited capital, time constraints, and low digital literacy. The study concludes that work motivation is a crucial factor in supporting work innovation within MSMEs. Therefore, strengthening motivation through competency development, training support, and continuous mentoring is necessary to ensure sustainable innovation.

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar dalam menopang aktivitas ekonomi masyarakat, terutama di wilayah non-metropolitan seperti Kabupaten Mojokerto. Dalam praktiknya, UMKM tidak hanya menjadi sumber penghidupan, tetapi juga menjadi ruang kerja yang menuntut ketahanan, kreativitas, dan kemampuan adaptasi. Perubahan lingkungan bisnis yang cepat membuat pelaku UMKM harus terus mencari strategi agar tetap bertahan, terutama melalui inovasi kerja yang relevan dengan kebutuhan konsumen dan kondisi pasar. Dalam konteks ini, inovasi kerja tidak selalu berarti menciptakan produk baru, tetapi juga dapat berupa pembaruan cara kerja, peningkatan kualitas pelayanan, perbaikan kemasan, variasi pemasaran, serta pengelolaan usaha yang lebih efektif. Perubahan-perubahan kecil tersebut menjadi penting karena dapat meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan (Fajrillah et al., 2020).

Perkembangan ekonomi digital turut memperkuat urgensi inovasi pada UMKM. Saat ini, persaingan tidak hanya terjadi secara langsung antar toko di wilayah yang sama, tetapi juga bersaing dengan produk luar daerah melalui platform digital. Kondisi ini memaksa UMKM untuk mampu merespons perubahan dengan cepat, baik melalui strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, maupun pengelolaan operasional. Inovasi menjadi salah satu jawaban utama agar UMKM tidak tertinggal dan mampu mempertahankan eksistensi di tengah kompetisi. Namun, inovasi tidak selalu berjalan mulus, karena pelaku UMKM sering menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dari sisi modal, tenaga kerja, maupun kemampuan manajerial. Dalam situasi seperti ini, faktor internal berupa motivasi kerja menjadi elemen yang berpengaruh terhadap muncul atau tidaknya inovasi kerja (Fajrillah et al., 2020).

Motivasi dalam dunia kerja dapat dipahami sebagai dorongan yang membuat seseorang bersedia berusaha, bertahan, dan konsisten dalam menjalankan aktivitas kerja untuk mencapai tujuan tertentu. Pada konteks UMKM, motivasi bukan hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi juga terkait aspek psikologis seperti semangat, rasa percaya diri, dorongan untuk berkembang, dan keinginan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Motivasi menjadi landasan penting karena pelaku UMKM sering bekerja dalam tekanan, menghadapi fluktuasi penjualan, dan menjalankan peran ganda dalam

usaha. Dorongan internal tersebut dapat menjadi faktor yang menentukan apakah pelaku UMKM berani mencoba ide baru atau justru bertahan pada pola lama yang dianggap aman (Fau et al., 2022).

Dalam literatur pembelajaran dan pengembangan kapasitas manusia, motivasi sering dikaitkan dengan proses perubahan perilaku dan peningkatan kemampuan. Seseorang yang memiliki motivasi kuat cenderung lebih terbuka terhadap pengalaman baru, lebih aktif dalam mencoba strategi baru, serta lebih siap menghadapi risiko yang muncul dalam proses perubahan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa perubahan perilaku kerja dapat muncul ketika individu memiliki atensi dan dorongan yang cukup untuk mempelajari sesuatu yang baru, kemudian mengimplementasikannya dalam praktik (Harefa, 2018). Dalam konteks UMKM, motivasi dapat menjadi penggerak inovasi karena inovasi sering menuntut keberanian mencoba, ketekunan, serta kemampuan mengatasi kegagalan.

Selain motivasi, inovasi kerja dalam UMKM juga berkaitan erat dengan kemampuan belajar dan penyesuaian strategi usaha. Banyak UMKM berkembang bukan karena memiliki modal besar, tetapi karena mampu belajar dari pengalaman, menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, serta memperbaiki proses kerja secara bertahap. Proses belajar tersebut dapat terjadi melalui interaksi dengan pelanggan, pengamatan terhadap kompetitor, atau eksplorasi ide dari media sosial. Pembelajaran yang berlangsung secara informal ini seringkali menjadi sumber inovasi kerja pada UMKM. Namun, kemampuan belajar tersebut sangat bergantung pada kesiapan psikologis pelaku usaha, termasuk motivasi dan minat untuk berkembang (Fau et al., 2022).

Permasalahan yang sering muncul dalam UMKM adalah adanya kecenderungan stagnasi usaha karena pelaku tidak memiliki dorongan kuat untuk melakukan pembaruan. Banyak UMKM berjalan dalam pola yang sama bertahun-tahun, tanpa perubahan signifikan dalam produk maupun pelayanan. Kondisi ini sering terjadi bukan karena pelaku usaha tidak mengetahui pentingnya inovasi, tetapi karena mereka merasa takut gagal, merasa tidak mampu, atau tidak memiliki energi untuk mencoba hal baru. Pada titik ini, motivasi menjadi isu yang krusial. Tanpa motivasi, inovasi akan sulit muncul, bahkan ketika peluang pasar terbuka. Dengan kata lain, inovasi kerja bukan hanya persoalan ide, tetapi juga persoalan kesiapan mental dan kemauan untuk melakukan perubahan (Fajrillah et al., 2020).

Selain itu, inovasi kerja dalam UMKM juga dipengaruhi oleh karakter individu pelaku usaha, termasuk kedisiplinan, etos kerja, dan kemampuan mengatur aktivitas usaha secara konsisten. Dalam beberapa kajian tentang kinerja dan kompetensi, disiplin kerja dan budaya organisasi sering menjadi faktor yang berkontribusi terhadap kualitas hasil kerja. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan tumbuh dari kebiasaan kerja yang terstruktur, komitmen terhadap target, serta konsistensi dalam menjalankan proses usaha (Werniawati Sarumaha, 2022). Dengan demikian, motivasi dapat dipahami sebagai energi pendorong, sedangkan disiplin dan etos kerja dapat menjadi faktor pendukung yang menjaga inovasi agar tetap berjalan.

Namun demikian, kajian mengenai hubungan motivasi dan inovasi kerja dalam konteks UMKM lokal di Mojokerto masih relatif terbatas, terutama yang membahasnya secara mendalam menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus. Banyak penelitian UMKM lebih sering menyoroti aspek pemasaran, modal, dan strategi bisnis, sementara aspek psikologis pelaku usaha seperti motivasi kerja sering kurang digali secara rinci. Padahal, motivasi dapat menjadi kunci utama yang menjelaskan mengapa dua UMKM dengan kondisi sumber daya yang sama dapat menunjukkan perkembangan yang berbeda. Kesenjangan ini menjadi penting untuk diisi agar pemahaman mengenai dinamika UMKM lebih komprehensif, tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi perilaku kerja dan proses perubahan (Fajrillah et al., 2020).

Penelitian ini difokuskan pada UMKM Toko Denvany yang berlokasi di Ngoro Mojokerto sebagai studi kasus. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM tersebut merepresentasikan usaha lokal yang beroperasi dalam lingkungan persaingan yang nyata, menghadapi perubahan selera pasar, serta berupaya mempertahankan eksistensi. Melalui studi kasus, penelitian ini berupaya menggali pengalaman, pandangan, dan proses internal yang dialami pelaku UMKM terkait motivasi dan inovasi kerja. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena secara lebih mendalam, termasuk aspek subjektif seperti alasan, dorongan, serta makna inovasi bagi pelaku usaha (Fau et al., 2022).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami faktor internal yang mendorong inovasi kerja UMKM, khususnya motivasi. Pemahaman tersebut penting karena inovasi kerja merupakan salah satu penentu keberlanjutan UMKM. Jika motivasi terbukti menjadi faktor yang kuat dalam mendorong inovasi, maka hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang program pendampingan UMKM yang lebih tepat, tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga pada penguatan motivasi, kepercayaan diri, dan kesiapan perubahan. Dalam perspektif pengembangan sumber daya manusia, motivasi merupakan bagian dari proses peningkatan kapasitas individu dalam menghadapi tantangan kerja dan perubahan lingkungan (Harefa, 2017).

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai motivasi dan inovasi kerja pada konteks UMKM, khususnya dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk memahami hubungan antara dorongan internal pelaku usaha dengan tindakan inovatif yang mereka lakukan dalam menjalankan usaha. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, maupun lembaga pendamping UMKM dalam merancang strategi pemberdayaan yang lebih efektif. Dengan memahami bahwa inovasi bukan hanya soal ide bisnis, tetapi juga soal motivasi kerja, maka program penguatan UMKM dapat diarahkan lebih holistik (Fajrillah et al., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan utama artikel ini adalah untuk menganalisis secara mendalam pengaruh motivasi terhadap inovasi kerja pada UMKM Toko Denvany di Ngoro Mojokerto. Artikel ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana motivasi terbentuk, bagaimana motivasi memengaruhi

keputusan inovatif, serta faktor-faktor apa saja yang memperkuat atau melemahkan proses inovasi kerja dalam UMKM. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memberikan gambaran fenomena, tetapi juga menawarkan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika internal UMKM dalam menghadapi tantangan usaha di era perubahan yang cepat (Fau et al., 2022).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus untuk memahami secara mendalam bagaimana motivasi kerja memengaruhi munculnya inovasi kerja pada UMKM Toko Denvany di Ngoro, Mojokerto. Studi kasus digunakan karena objek penelitian bersifat spesifik (satu unit UMKM) sehingga dapat dianalisis secara kontekstual sesuai kondisi usaha, karakter pemilik, serta dinamika kerja yang terjadi.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan utama yaitu pemilik UMKM sebagai pihak yang paling memahami proses pengambilan keputusan usaha. Data primer juga diperkuat dengan informan pendukung seperti pelanggan tetap atau karyawan (jika tersedia) untuk melihat persepsi terhadap perubahan inovasi. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi usaha, seperti foto produk, catatan promosi, bukti penjualan sederhana, dan arsip konten pemasaran digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara: (1) wawancara mendalam menggunakan pedoman pertanyaan terbuka tentang motivasi, tantangan usaha, dan bentuk inovasi; (2) observasi langsung terhadap aktivitas usaha, pola pelayanan, dan penerapan inovasi; serta (3) dokumentasi untuk memperkuat bukti temuan lapangan. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang relevan, aktif terlibat dalam usaha, dan mampu memberikan informasi sesuai fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tahapan reduksi data, pengelompokan tema, penyajian narasi, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian juga menerapkan etika penelitian dengan meminta persetujuan informan, menjaga kerahasiaan identitas, serta menggunakan data sesuai kebutuhan akademik..

III. HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum UMKM Toko Denvany Ngoro Mojokerto

UMKM Toko Denvany merupakan usaha yang berkembang dari aktivitas jual-beli produk kebutuhan harian dan produk yang menyesuaikan tren permintaan konsumen sekitar. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyampaikan bahwa usaha ini dibangun dari keinginan untuk mandiri secara ekonomi serta memanfaatkan peluang pasar lokal yang cukup stabil. Aktivitas usaha dijalankan dengan pola kerja fleksibel namun tetap terarah pada target penjualan harian dan kepuasan pelanggan. "Saya mulai usaha ini karena ingin

punya penghasilan sendiri, dan saya lihat di sekitar sini kebutuhan orang banyak tapi belum semua terpenuhi.”

Dalam praktiknya, toko tidak hanya mengandalkan metode penjualan konvensional, tetapi mulai beradaptasi pada strategi baru, seperti promosi melalui media sosial dan pelayanan yang lebih cepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha tidak berjalan stagnan, melainkan mengalami penyesuaian sesuai tuntutan pasar. Pemilik juga menekankan bahwa usaha kecil harus responsif agar mampu bertahan dalam persaingan. “Kalau kita diam saja, pelanggan gampang pindah. Jadi saya harus cepat tanggap dan ikut perkembangan.”

Bentuk Motivasi Kerja Pemilik UMKM

Motivasi kerja pemilik UMKM terlihat kuat dari aspek kebutuhan ekonomi dan dorongan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Pemilik menyatakan bahwa semangat bekerja meningkat ketika melihat adanya kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi serta adanya tanggung jawab terhadap kelangsungan usaha. Motivasi ini menjadi energi utama dalam menjalankan aktivitas usaha setiap hari meskipun menghadapi tantangan. “Motivasi saya itu keluarga. Kalau saya malas, pemasukan turun, jadi saya harus tetap semangat.”

Selain motivasi ekonomi, terdapat motivasi psikologis berupa keinginan untuk berkembang dan tidak ingin dipandang remeh sebagai pelaku usaha kecil. Pemilik menilai bahwa UMKM harus mampu menunjukkan kualitas pelayanan dan produk agar dapat bersaing dengan usaha lain yang lebih besar. Hal ini mendorong pemilik untuk terus belajar dan mencari cara baru dalam mengelola toko. “Saya ingin usaha ini bukan cuma jalan, tapi berkembang. Saya tidak mau usaha kecil dianggap tidak bisa maju.”

Faktor yang Mendorong Munculnya Inovasi Kerja

Berdasarkan temuan lapangan, inovasi kerja muncul karena adanya tuntutan konsumen yang berubah serta persaingan usaha yang semakin ketat. Pemilik menyampaikan bahwa pelanggan saat ini lebih suka layanan cepat, produk yang bervariasi, dan promosi yang menarik. Hal ini memaksa usaha untuk tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga pada strategi peningkatan nilai tambah. “Sekarang pelanggan itu maunya cepat, pilihan banyak, dan kalau bisa ada promo. Jadi saya harus putar otak.”

Selain faktor eksternal, inovasi juga dipengaruhi oleh dorongan internal pemilik untuk memperbaiki sistem kerja agar lebih efisien. Pemilik menyebutkan bahwa cara kerja lama kadang tidak efektif, sehingga perlu pembaruan seperti pengaturan stok, cara melayani pelanggan, hingga cara memasarkan produk. Inovasi dilakukan bertahap sesuai kemampuan usaha. “Kalau cara lama dipakai terus, capek sendiri. Jadi saya coba cari cara yang lebih mudah dan rapi.”

Bentuk Inovasi Kerja yang Dilakukan di UMKM

Inovasi yang dilakukan pemilik UMKM meliputi inovasi produk, inovasi pelayanan, dan inovasi pemasaran. Dari sisi produk, pemilik berupaya menambah variasi barang yang dijual sesuai tren yang sedang diminati masyarakat sekitar. Inovasi produk dilakukan agar pelanggan tidak bosan dan

tetap memilih berbelanja di toko yang sama. "Saya biasanya lihat tren dulu, kalau ada barang yang lagi dicari orang, saya coba sediakan."

Dari sisi pelayanan, inovasi dilakukan dengan mempercepat respon kepada pelanggan, meningkatkan keramahan, serta mengatur penataan toko agar lebih nyaman. Pemilik juga berupaya menjaga konsistensi kualitas pelayanan karena hal tersebut dinilai memengaruhi loyalitas pelanggan. "Yang penting itu pelanggan nyaman. Kalau pelayanan kita ramah, mereka balik lagi."

Hubungan Motivasi Kerja dengan Inovasi Kerja

Hasil wawancara menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh langsung terhadap keberanian pemilik dalam melakukan inovasi. Semakin tinggi motivasi untuk bertahan dan berkembang, semakin besar dorongan untuk mencoba cara baru meskipun ada risiko gagal. Pemilik menilai bahwa inovasi merupakan bagian dari perjuangan mempertahankan usaha. "Kalau saya tidak punya motivasi kuat, saya mungkin sudah menyerah dan tidak mau mencoba hal baru."

Motivasi juga berperan dalam menjaga konsistensi inovasi. Pemilik menyatakan bahwa inovasi tidak cukup dilakukan sekali, tetapi harus berkelanjutan sesuai perkembangan kebutuhan pasar. Ketika motivasi meningkat, pemilik lebih disiplin menjalankan strategi baru, seperti promosi rutin atau pengaturan stok yang lebih rapi. "Inovasi itu bukan sekali jadi. Kalau saya semangat, saya bisa terus jalanin, walau capek."

Dampak Inovasi Kerja terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan temuan penelitian, inovasi kerja memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja usaha, terutama pada peningkatan jumlah pelanggan dan kepercayaan konsumen. Pemilik menyebutkan bahwa setelah melakukan pembaruan pada variasi produk dan cara pelayanan, pelanggan menjadi lebih sering datang dan melakukan pembelian ulang. "Saya merasa setelah saya tambah variasi dan lebih aktif melayani, pelanggan jadi lebih sering belanja."

Selain itu, inovasi pemasaran melalui media sosial juga meningkatkan jangkauan pasar. Pemilik menyatakan bahwa promosi online membantu memperkenalkan toko kepada konsumen baru yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan usaha. Hal ini menambah peluang penjualan dan memperkuat citra usaha. "Kalau saya posting di media sosial, ternyata ada yang baru tahu dan akhirnya datang beli."

Kendala dalam Menerapkan Inovasi Kerja

Walaupun inovasi memberikan dampak positif, pemilik UMKM juga menghadapi kendala, terutama keterbatasan modal, keterbatasan waktu, dan kemampuan teknologi yang masih berkembang. Pemilik menyampaikan bahwa tidak semua inovasi bisa dilakukan sekaligus karena harus menyesuaikan kondisi keuangan usaha. "Kadang ingin inovasi lebih banyak, tapi modalnya belum cukup, jadi harus pelan-pelan."

Selain itu, kendala juga muncul dari proses adaptasi terhadap teknologi digital. Pemilik menyatakan bahwa promosi online membutuhkan konsistensi, ide konten, serta pemahaman cara kerja platform. Tantangan ini membuat inovasi digital tidak selalu berjalan lancar. "Saya kadang bingung bikin konten, dan kalau tidak rutin, hasilnya juga kurang."

IV. PEMBAHASAN

Motivasi Kerja sebagai Penggerak Inovasi pada UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja pemilik UMKM menjadi faktor utama yang mendorong munculnya inovasi kerja. Dalam konteks UMKM, motivasi tidak hanya muncul karena dorongan ekonomi, tetapi juga karena kebutuhan psikologis seperti keinginan untuk berkembang, bertahan, dan mendapatkan pengakuan sosial. Temuan ini sejalan dengan pemahaman bahwa motivasi merupakan energi internal yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan, termasuk tindakan pembaruan dalam pekerjaan. Dalam praktik UMKM, motivasi seringkali menjadi kekuatan utama karena pelaku usaha memiliki peran ganda sebagai pengelola, pelaksana, dan pengambil keputusan.

Dalam perspektif kewirausahaan, motivasi merupakan modal awal yang menentukan keberlanjutan usaha. Fajrillah, Purba Sukarma, dan Sirait (2020) menekankan bahwa pelaku usaha di era digital harus memiliki mental tangguh dan dorongan kuat untuk terus bergerak, karena perubahan pasar terjadi cepat dan kompetisi semakin terbuka. Dengan demikian, motivasi kerja bukan hanya berkaitan dengan semangat bekerja, tetapi juga menentukan keberanian pelaku usaha dalam mengambil keputusan inovatif, seperti menambah variasi produk, mengubah cara pelayanan, dan mencoba strategi pemasaran baru.

Inovasi Kerja sebagai Strategi Adaptasi terhadap Perubahan Pasar

Inovasi kerja yang dilakukan oleh UMKM Toko Denvany menunjukkan bahwa inovasi pada usaha kecil bersifat kontekstual dan realistis, yaitu inovasi yang disesuaikan dengan kemampuan usaha. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru yang besar, melainkan dapat berupa penyesuaian kecil namun berdampak, seperti pengaturan stok yang lebih rapi, penambahan variasi barang sesuai tren, peningkatan keramahan pelayanan, serta pemanfaatan media sosial untuk promosi.

Fajrillah et al. (2020) menjelaskan bahwa inovasi UMKM di era digital cenderung berkembang melalui proses adaptasi, yaitu kemampuan pelaku usaha membaca kebutuhan pasar, lalu menyesuaikan produk dan strategi pemasaran. Temuan penelitian ini memperlihatkan pola yang sama: inovasi dilakukan karena adanya tuntutan konsumen (kecepatan, variasi, promo) dan tekanan persaingan. Artinya, inovasi kerja dalam UMKM merupakan strategi bertahan (survival strategy) sekaligus strategi tumbuh (growth strategy).

Dampak Motivasi terhadap Konsistensi Inovasi Kerja

Salah satu poin penting dari hasil penelitian adalah bahwa motivasi tidak hanya memunculkan inovasi, tetapi juga menentukan konsistensi inovasi.

Pelaku UMKM yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih berani mencoba, lebih disiplin menjalankan strategi, serta lebih tahan menghadapi kegagalan. Dalam UMKM, kegagalan inovasi sering terjadi, misalnya produk baru kurang diminati, promosi digital tidak ramai, atau biaya tambahan tidak sebanding dengan hasil. Namun, motivasi membuat pelaku usaha tetap berusaha dan memperbaiki strategi.

Dalam literatur pembelajaran dan perubahan perilaku, motivasi merupakan faktor penting dalam menjaga keberlanjutan suatu tindakan. Fau et al. (2022) menjelaskan bahwa proses perubahan (termasuk dalam konteks pengembangan kemampuan) membutuhkan dorongan internal agar individu mampu bertahan menjalankan strategi baru. Dalam konteks penelitian ini, motivasi kerja pemilik UMKM menjadi faktor penentu apakah inovasi berhenti sebagai percobaan sementara atau berkembang menjadi kebiasaan kerja baru yang lebih efektif.

Inovasi Kerja dan Peningkatan Kinerja UMKM

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa inovasi kerja berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM, terutama dalam hal jumlah pelanggan, kepercayaan konsumen, serta peluang penjualan baru. Dampak inovasi ini dapat dipahami karena inovasi meningkatkan nilai tambah bagi konsumen, baik dari sisi variasi produk maupun kualitas pelayanan. Dalam UMKM, kinerja seringkali terlihat secara sederhana melalui indikator seperti pelanggan kembali membeli, penjualan lebih stabil, dan usaha lebih dikenal di lingkungan sekitar.

Fajrillah et al. (2020) menyebutkan bahwa inovasi dalam UMKM tidak dapat dipisahkan dari orientasi pasar, yaitu kemampuan memahami kebutuhan pelanggan. Ketika inovasi dilakukan berdasarkan kebutuhan pasar, maka dampaknya cenderung positif terhadap kinerja. Dalam kasus Toko Denvany, inovasi berupa variasi produk dan promosi media sosial menunjukkan adanya orientasi pasar yang kuat, sehingga mampu memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan peluang repeat order.

Hambatan Inovasi: Modal, Waktu, dan Literasi Digital

Walaupun inovasi membawa dampak positif, penelitian ini juga menemukan hambatan nyata yang umum dialami UMKM, yaitu keterbatasan modal, keterbatasan waktu, dan keterbatasan kemampuan teknologi. Hambatan ini penting dibahas karena sering menjadi alasan UMKM sulit berkembang meskipun memiliki motivasi tinggi. Banyak pelaku usaha memiliki semangat besar, tetapi tidak selalu didukung sumber daya yang memadai.

Dalam konteks transformasi digital, literasi digital menjadi faktor penting. Fau et al. (2022) menekankan bahwa kemampuan memahami dan menggunakan teknologi merupakan bagian dari keterampilan penting di era modern. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa promosi digital membutuhkan konsistensi, kreativitas, serta pemahaman platform. Jika pelaku usaha tidak memiliki dukungan pelatihan atau pendampingan, maka inovasi digital cenderung berjalan lambat. Dengan demikian, keberhasilan inovasi UMKM tidak hanya

bergantung pada motivasi individu, tetapi juga pada dukungan lingkungan dan akses terhadap pembelajaran.

Implikasi Praktis bagi Pengembangan UMKM Lokal Mojokerto

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, terdapat implikasi praktis yang dapat diterapkan untuk pengembangan UMKM di wilayah Mojokerto. Pertama, motivasi kerja pelaku usaha perlu diperkuat melalui pendampingan, pelatihan, dan dukungan sosial, karena motivasi terbukti menjadi penggerak inovasi. Kedua, inovasi yang paling realistis bagi UMKM adalah inovasi berbasis kebutuhan konsumen, bukan inovasi yang memerlukan modal besar. Ketiga, promosi digital perlu dilakukan secara sederhana tetapi konsisten, misalnya posting rutin, penggunaan konten produk, serta komunikasi cepat dengan pelanggan.

Selain itu, UMKM perlu membangun pola kerja inovatif yang berkelanjutan, bukan hanya reaktif. Fajrillah et al. (2020) menegaskan bahwa UMKM di era digital harus memiliki pola pikir kreatif dan adaptif agar tidak tertinggal. Oleh karena itu, pelaku UMKM di tingkat lokal perlu didorong untuk mengembangkan inovasi kecil namun konsisten, karena hal tersebut terbukti meningkatkan kinerja usaha serta memperkuat posisi usaha di pasar.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja memiliki peran penting dalam mendorong inovasi kerja pada UMKM Toko Denvany Ngoro Mojokerto. Motivasi yang kuat membuat pelaku usaha lebih berani melakukan perubahan, lebih konsisten dalam mencoba strategi baru, serta lebih mampu beradaptasi terhadap kebutuhan pasar. Inovasi kerja yang dilakukan tidak selalu berbentuk inovasi besar, melainkan inovasi sederhana yang relevan dengan kondisi UMKM, seperti variasi produk, peningkatan pelayanan, dan pemanfaatan media sosial.

Inovasi kerja yang muncul sebagai dampak dari motivasi tersebut memberikan kontribusi positif terhadap kinerja UMKM, terutama dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan konsumen. Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan adanya hambatan yang dapat memperlambat inovasi, seperti keterbatasan modal, keterbatasan waktu, serta rendahnya literasi digital. Hambatan ini menjadi tantangan nyata bagi pelaku UMKM untuk terus melakukan pembaruan secara berkelanjutan.

Saran yang dapat diberikan adalah pelaku UMKM perlu menjaga dan meningkatkan motivasi kerja melalui penetapan target usaha, evaluasi rutin, serta penguatan komitmen dalam menjalankan inovasi. Selain itu, diperlukan dukungan dari pihak terkait seperti pemerintah daerah, kampus, maupun lembaga pendamping UMKM dalam bentuk pelatihan kewirausahaan dan literasi digital agar inovasi kerja dapat berjalan lebih optimal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada lebih banyak UMKM agar hasilnya dapat dibandingkan dan digeneralisasikan dalam konteks UMKM di wilayah Mojokerto secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajrillah, Purba Sukarma & Sirait, Sarida. (2020). *Smart Entrepreneurship Peluang Bisnis Kreatif dan Inovasi di Era Digital*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Fau, A., Dkk. (2022). Budidaya Bibit Tanaman Rosela (*Hibiscus Sabdariffa*) Dengan Menggunakan Pupuk Organik Gebagro 77. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 3(2), 10–18. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Tunas/article/view/545>
- Fau, A., Dkk. (2022). *Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., Dkk. (2022). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D. (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49–73.
- Harefa, D. (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil belajar Fisika Ditinjau dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas VII SMP Gita Kirtti 2 Jakarta). *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* 5 (1), 35-48.
- Harefa, D., Murnihati Sarumaha, Amaano Fau, Kaminudin Telaumbanua, Fatolosa Hulu, Baziduhu Laia, Anita Zagoto, & Agustin Sukses Dakhi. (2023). Inventarisasi Tumbuhan Herbal Yang Di Gunakan Sebagai Tanaman Obat Keluarga. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1251>
- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Jelita., Dkk. (2022). Bunga rampai konsep dasar IPA. *Nuta Media*
- Sarumaha, M., Harefa, D., Piter, Y., Ziraluo, B., Fau, A., Telaumbanua, K., Permata, I., Lase, S., & Laia, B. (2022). Penggunaan Model Pembelajaran Artikulasi Terhadap Hasil Belajar. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 08(20), 2045–2052.
- Sarumaha, M., Laia, B., Harefa, D., Ndraha, L. D. M., Lase, I. P. S., Telaumbanua, T., Hulu, F., Laia, B., Telaumbanua, K., Fau, A., & Novialdi, A. (2022). Bokashi Sus Scrofa Fertilizer On Sweet Corn Plant Growth. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32-50. <https://doi.org/10.57094/haga.v1i1.494>
- Wau, H. A., Harefa, D., & Sarumaha, R. (2022). Analisis Kemampuan Penalaran Matematis Pada Materi Barisan Dan Deret Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Toma Tahun Pembelajaran 2020/2021. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 41-49. <https://doi.org/10.57094/afore.v1i1.435>
- Werniawati Sarumaha .(2022). Vol 5 No 1 (2022) Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*
- Wiputra Cendana., Dkk. (2021). *Model-Model Pembelajaran Terbaik*. Nuta Media