

HUBUNGAN MODAL PSIKOLOGIS DENGAN PERILAKU INOVATIF PEMILIK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA JAMBI

CORRELATION BETWEEN PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND INNOVATIVE BEHAVIOR OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME) CULINARY ENTERPRISES IN JAMBI CITY

¹Vara Fadhilla Saputri, ²Nofrans Eka Saputra, ³Rion Nofrianda
¹²³Departement of Psychology, Faculty of Medicine and Health Science, Jambi
University
e-mail : varafdl1234@gmail.com

ABSTRACT

Introduction As a rapidly growing and highly competitive industry, culinary entrepreneurs must be capable of innovating to maintain the existence and competitiveness of their businesses. However, in reality, the innovative behavior of small entrepreneurs is still limited and rarely practiced. Psychological capital is believed to be one of the factors that can stimulate innovative behavior among entrepreneurs.

Objective To see the relationship between psychological capital and the innovative behavior of culinary MSME owners in Jambi City.

Method This research used a correlational quantitative approach. The population of this research is culinary MSME owners in Jambi City. Sampling used cluster sampling technique with a sample of 342 people. Data analysis used Pearson Product Moment.

Result It was found that there was a significant positive correlation between psychological capital and innovative behavior of culinary MSME owners in Jambi City with an r of 0.259 p -values <0.001 . Researchers also found a significant positive correlation between self-efficacy, optimism, hope, and resilience with innovative behavior of culinary MSME owners in Jambi City.

Conclusion There is a significant positive relationship between psychological capital and innovative behavior among MSME culinary owners in Jambi City where psychological capital also makes an effective contribution to innovative behavior by 10%.

Keyword: Psychological Capital, Innovative Behavior, Entrepreneurship, MSME, Culinary MSME.

ABSTRAK

Pendahuluan Sebagai industri yang berkembang pesat dan paling diminati membuat wirausaha bidang kuliner harus mampu memunculkan inovasi dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing usahanya. Namun kenyataannya, perilaku inovatif pengusaha kecil masih terbatas dan jarang dilakukan. Modal psikologis dipercaya sebagai salah satu faktor yang mampu memunculkan perilaku inovatif wirausaha.

Tujuan Untuk melihat hubungan modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi.

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Populasi penelitian ini ialah pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Pengambilan sampling menggunakan teknik kluster acak dengan sampel sebanyak 342 orang. Analisis data menggunakan *Pearson's Product Moment*.

Hasil Ditemukan adanya hubungan positif signifikan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi dengan r sebesar 0,259 p value <0.001 . Ditemukan hubungan positif signifikan antara aspek efikasi diri, optimis, harapan, dan resiliensi dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi.

Kesimpulan Terdapat hubungan positif signifikan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pada pemilik UMM kuliner di Kota Jambi di mana modal psikologis juga memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku inovatif sebesar 10%.

Kata Kunci: Modal Psikologis, Perilaku Inovatif, Wirausaha, UMKM, UMKM Kuliner.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan kategori negara berkembang. Negara berkembang sebagai negara dengan tingkat kesejahteraan penduduk masih dalam taraf menengah dan masih di bawah nilai standar secara global dari segi fasilitas, kesejahteraan dan kualitas sumber daya manusia (Gani dkk., 2018). Permasalahan yang kerap kali terjadi pada negara berkembang adalah masalah lapangan kerja dan pengangguran.

Pengangguran di Indonesia sudah menjadi masalah yang terus terjadi, tidak pernah berhenti dan semestinya diselesaikan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 5,86% atau sebanyak 8,42 juta orang per Agustus 2022. *International Monetary Fund* (databooks, 2021) memperkirakan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada 2022 masih menjadi tertinggi kedua diantara lima negara ASEAN, Filipina berada di peringkat pertama dengan proyeksi TPT sebesar 6,85% dan Indonesia memiliki tingkat TPT sebesar 6%.

Setiap negara selalu menginginkan rendahnya tingkat pengangguran. Permasalahan pengangguran tersebut salah satunya dapat diatasi dengan berwirausaha. Berwirausaha sebagai pilihan berkarir yang dapat menjadi solusi mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan kerja baru (Efendi dkk., 2017) Berwirausaha dapat dimulai dari hal yang sederhana, seperti menjadi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai bentuk kegiatan wirausaha yang dikelola perorangan atau dalam lingkup kecil. UMKM memberikan jalan bagi pemangku kepentingan yang berbeda untuk turut andil dalam meningkatkan ekonomi masyarakat (Saeed dkk., 2014). UMKM bahkan menjadi buffer, bersifat resilien, dan bisa pulih dengan baik sekalipun dalam periode krisis (Ashariyadi, 2016).

UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan suatu negara, terutama bagi negara Indonesia yang sedang berkembang (Simangungsong, 2022). Kementerian Keuangan RI (2022) menyatakan bahwa UMKM berperan dalam menciptakan kesempatan kerja, sumber pendapatan, distribusi pendapatan, pengurangan kemiskinan, serta pembangunan ekonomi termasuk di dalam program Pemulihan

Ekonomi Nasional (PEN).

Menko Perekonomian RI (2022) menjelaskan kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Kontribusi UMKM Indonesia yang dinilai di negara-negara ASEAN menyumbang 30% hingga 50% terhadap *Gross Domestic Produk* (GDP) dan pencipta lapangan kerja yang berkisar dari 50% hingga 95% (OECD, 2020). Oleh karena itu, penting sekali memacu pertumbuhan dan memperhatikan perkembangan UMKM di Indonesia agar dapat berkembang dan berdaya saing.

Perkembangan UMKM di Provinsi Jambi berkembang pesat, terutama di Kota Jambi. Salah satu UMKM di Kota Jambi yang sering dijumpai, disukai dan digemari oleh masyarakat Kota Jambi adalah usaha ekonomi kreatif sektor kuliner. UMKM sektor kuliner di Kota Jambi mengalami kebangkitan dan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMK, jumlah UMKM kuliner di Kota Jambi yang aktif terdata pada 2022 mencapai 18.876 dan diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan. Sebaran UMKM kuliner menurut kecamatan juga dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 1 Jumlah UMKM Sektor Kuliner Aktif di Kota Jambi 2022

No	Kecamatan	Jumlah
1	Kota Baru	1.483
2	Danau Sipin	1.637
3	Alam Barajo	1.937
4	Danau Teluk	646
5	Pelayangan	1.072
6	Paal Merah	2.832
7	Jelutung	2.043
8	Pasar Jambi	621
9	Telanaipura	1.553
10	Jambi Selatan	2.063
11	Jambi Timur	2.989
	Jumlah	18.876

UMKM kuliner memiliki keunggulan dibanding bidang usaha industri lainnya. Keunggulan yang diberikan UMKM kuliner diantaranya tidak kesulitan menentukan lokasi usaha dan target konsumen yang bervariasi (Sancoko, 2015), UMKM kuliner menghasilkan peluang bisnis berpotensi dan modal material yang minim dalam pelaksanaannya (Nurmala dkk., 2022), serta UMKM kuliner memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan bisnisnya dengan kondisi dan permintaan pasar (Nathaniel, 2022).

Pesatnya pertumbuhan UMKM kuliner tentu saja memiliki tantangan dalam pelaksanaannya. Tantangan wirausaha bidang kuliner dalam pengembangan usaha diantaranya, kurang kesiapan dan pengalaman usaha kuliner, kurang memanfaatkan beragam media pemasaran, persaingan ketat antar usaha kuliner sejenis, usaha kuliner yang lahir dari meniru produk sejenis sehingga tidak memiliki konsep yang matang dan ciri khas berbeda, monoton produk yang ditawarkan, serta banyaknya kompetitor yang lebih inovatif (Pamungkas, 2016; Ayodia, 2016; Sari, 2018; Wahyudiono dkk., 2019; Amin dkk., 2020)

Wirausaha dalam menjalankan usaha berperan sebagai pembawa, pengembang, pemberi respon dan modifikasi dari ide yang telah dihasilkan. Semakin banyaknya kompetitor dan sulitnya menemukan pelanggan potensial membuat wirausaha harus mampu memunculkan inovasi-inovasi dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing usahanya (Siska dkk., 2021). Peran utama inovasi berguna bagi keberlangsungan UMKM jangka panjang dan merupakan solusi yang dapat diberikan ketika muncul permasalahan di dalam usaha (Damirc, 2012).

Inovasi merupakan cara-cara baru yang dijalankan wirausaha melalui penerapan hasil pemikiran, ide-ide inovatif, dan riset (Rusdiana, 2018). Inovasi sebagai serangkaian proses berpikir guna menciptakan atau memperbaiki produk maupun proses bisnis yang memberikan nilai lebih melalui perilaku inovatif (Sari dkk., 2022). Perilaku inovatif mengacu pada kemampuan mengembangkan ide yang telah ada atau menciptakan ide baru dengan tujuan memberikan keuntungan.

Menjadi pemilik UMKM sektor kuliner harus terus menumbuhkan perilaku inovatif dalam pengembangan usaha. Perilaku inovatif mendorong pemilik usaha untuk menghasilkan ide baru yang lebih menguntungkan dan bermanfaat bagi UMKM yang dijalani (Rachmatsari, 2017). Perilaku inovatif dilihat dari tindakan individu dalam mengeksplorasi peluang, generasi ide, promosi ide, realisasi ide dan merefleksikan ide menjadi sesuatu yang bernilai dan berguna (Messmann dan Mulder, 2013).

Pada kenyataannya, perilaku inovatif pengusaha kecil masih terbatas dan jarang dilakukan dalam menjalankan UMKM (Sari dkk., 2022). Terbatasnya perilaku inovatif akan menimbulkan masalah, seperti rendahnya kualitas individu yang menjalankan UMKM, rendahnya produktivitas dan mutu barang,

minimnya inovasi, rendahnya pemahaman tentang wirausaha dan sulit dalam pengembangan usaha (Sedyastuti, 2018).

Memiliki pengetahuan kewirausahaan saja tidak cukup dalam berinovasi menjalani usaha, wirausaha harus memiliki modal psikologis yang positif, optimis, berpikiran terbuka (Sulasari, 2016). Modal psikologis sebagai penilaian positif terhadap situasi yang sedang dihadapi dan dorongan untuk sukses didukung dengan usaha, motivasi, serta ketekunan (Luthans dkk., 2017). Modal psikologis bagi wirausaha berfungsi untuk meningkatkan motivasi, efikasi diri, optimisme, harapan dan resiliensi yang berorientasi pada keberhasilan dan kesuksesan usaha.

Luthans, dkk (2017) menjelaskan bahwa terdapat empat dimensi yang membentuk modal psikologis, antara lain: memiliki kepercayaan diri dan berusaha pada hal-hal yang menantang (efikasi diri), memiliki atribusi positif tentang keberhasilan di masa kini dan mendatang (optimisme), tekun dalam mencapai tujuan dan mencari cara dalam meraih keberhasilan (harapan) dan dapat bertahan dan bangkit kembali dari masalah bahkan melampaui keadaan semula (resiliensi). Artinya, modal psikologis merupakan perkembangan keadaan psikologis individu yang memiliki hubungan dengan perasaan positif, mengontrol dan memberi dampak pada lingkungan sesuai keinginan dan kemampuannya.

Terdapat keterkaitan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif, seperti penelitian Dewi (2013) yang menemukan modal psikologis mempunyai keterkaitan besar dalam perkembangan perilaku inovatif wirausaha baik secara parsial maupun simultan untuk mempertahankan usaha. Kusumaningrum (2019) menemukan bahwa modal psikologis sebagai aspek pendorong munculnya perilaku inovatif terhadap perkembangan usaha. Pramono dkk., (2021) menganalisis modal psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif individu.

Hubungan modal psikologis dengan perilaku inovatif dapat dilihat dari hubungan setiap dimensi modal psikologis dengan perilaku inovatif. Rulevy, dkk (2016) menyatakan bahwa efikasi diri menjadikan wirausaha melihat tantangan yang ada dan cenderung mengeksplorasi ide-ide baru untuk mengatasi tantangan tersebut. Utami (2019) menyatakan bahwa wirausaha yang memiliki sikap optimis akan teguh menjalankan usaha, pantang menyerah, semangat dalam menghadapi berbagai rintangan dan mencari cara meraih keberhasilan. Sameer (2018) menyatakan bahwa wirausaha yang penuh harapan akan cenderung menjadi inovatif karena terdorong

menghasilkan berbagai cara dalam mencapai tujuan. Rahmi dan Hapsari (2021) menyatakan wirausaha dengan resiliensi diri yang baik cenderung memikirkan inovasi baru, berani mengambil risiko dan dapat menerima perubahan.

Modal psikologis mendorong wirausaha memiliki sifat percaya diri, optimis, memiliki harapan dan berani menghadapi beragam kemungkinan melalui perilaku inovatif sebagai upaya pemecahan masalah dalam menjalani usaha.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional. Penelitian ini merupakan penelitian survei (alamiah).

Populasi adalah subjek keseluruhan yang sesuai dengan karakteristik sebuah penelitian (Periantalo, 2016). Populasi penelitian ini adalah 18.876 pengusaha UMKM kuliner yang ada di Kota Jambi.

Penelitian ilmiah melakukan pengambilan data berdasarkan sampel. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik sama atau setara akan dijadikan subjek dalam pengambilan data penelitian (Periantalo, 2016). Teknik sampling yang dilakukan untuk pemenuhan sampel pada penelitian ini adalah kluster acak, dimana seluruh subjek dalam total populasi di wilayah penelitian yang memenuhi kriteria dapat berkesempatan untuk berpartisipasi. Peneliti menetapkan kriteria khusus untuk subjek penelitian. Total keseluruhan jumlah populasi penelitian adalah 18.876 pengusaha UMKM kuliner di Kota Jambi dan sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan toleransi error 5%:

$$S = \frac{X^2 N.P.Q}{d^2 (N-1) + X^2 P.Q}$$

Keterangan:

s: Jumlah sampel

N: Jumlah keseluruhan populasi

X^2 (Toleransi error 5%)= 3,841

P: proporsi dalam populasi (0,5)

Q: 1-0,5

d: derajat kebebasan (0,05).

Dengan perhitungan di atas, sampel minimal yang dibutuhkan adalah 342 responden dengan memberi kesempatan pada semua anggota populasi yang memenuhi kriteria.

Instrumen penelitian merupakan alat ukur digunakan bertujuan mendapat data untuk kepentingan penelitian. Penelitian ini menggunakan dua bentuk skala yaitu skala perilaku inovatif (Y) dan skala modal psikologis (X). Skala perilaku inovatif dibuat sendiri oleh peneliti mengacu pada teori Messman dan Mulder (2013) sedangkan skala modal psikologis peneliti menggunakan *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) oleh Luthans dkk., (2007) yang telah diadaptasi kedalam bahasa Indonesia oleh Setyandari (2020).

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah *cross sectional*, yang menekankan pada pengumpulan data dari berbagai variabel dilakukan secara sekaligus dan dalam kurun waktu yang sama (Periantalo, 2016). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Kuesioner yang digunakan berbentuk kuesioner online menggunakan *google form* yang kemudian disebarluaskan kepada responden penelitian. Peneliti juga mempersiapkan kuesioner dalam bentuk lembaran kertas sebagai alternatif jika responden ingin mengisi secara langsung.

Teknik analisis data dilakukan dengan beberapa hal, diantaranya: Pertama, analisis deskriptif yang memberikan gambaran tentang data dari variabel-variabel yang didapat pada kelompok subjek penelitian (Azwar, 2017). Analisis deskriptif menggunakan teknik statistik dapat meringkas data agar mudah dipahami, dilihat dan dibaca. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yaitu distribusi frekuensi, tendensi sentral dan ukuran variabilitas.

Kedua, Uji asumsi. Pemilihan metode statistika yang dilakukan untuk menganalisis data tergantung pada hasil uji asumsi yang dilakukan peneliti. Uji Korelasi *Pearson Product Moment* dapat digunakan ketika asumsi dasar tercapai, yaitu uji normalitas dan uji linearitas (Periantalo, 2016). Sehingga, penelitian ini menggunakan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas data. Uji asumsi digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal dan melihat hubungan yang linear antara kedua variabel.

Ketiga, uji Hipotesis. Pada penelitian ini diuji menggunakan teknik Korelasi *Pearson Product Moment* melalui SPSS untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian. Uji korelasi tersebut bertujuan untuk menerima atau menolak hipotesis penelitian.

Hasil

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
Perempuan	244	71%	74,75	79,2
Laki-laki	98	29%	74,87	78,62
Jumlah	342	100%	78,81	78,91

Tabel 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
18-40 tahun	235	69%	75,05	78,85
41-6 tahun	107	31%	74,19	79,43
Jumlah	342	100%	74,62	79,14

Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
SMA	133	39%	75,45	78,51
Diploma	43	13%	75,72	80
Sarjana	158	46%	73,93	78,85
Magister	4	1%	75	85
Lainnya	4	1%	76,5	87,5
Jumlah	342	100%	75,32	81,97

Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Kecamatan

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
Kota Baru	63	18%	73	79,14
Danau	18	5%	76,33	78
Sipin	37	11%	73,35	79,67
Alam	17	5%	81,41	79,7
Barajo	9	3%	75	81,77
Danau	15	4%	71,2	67,13
Teluk	23	7%	74,17	78,69
Pelayangan	38	11%	73,97	80,68
Paal Merah	36	11%	75,08	82,66
Jelutung	45	13%	76,77	76,55
Pasar Jambi	41	12%	75,34	80,43
Telanaipura				
Jambi				
Selatan				
Jambi				
Timur				
Jumlah	342	100%	75,05	78,58

Tabel 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Skala Usaha

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
Mikro	286	84%	74,77	78,66
Kecil	51	15%	75,13	80,23
	5	1%	72,2	88
Menengah				
Jumlah	342	100%	74,03	82,29

Tabel 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Usaha

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)	Rata-rata (Y)	Rata-rata (X)
< 1 tahun	29	8%	75,48	76,27
1-2 tahun	60	18%	75,41	78,71
2-5 tahun	159	47%	74,25	78,45
> 5 tahun	94	27%	75,07	81,05
Jumlah	342	100%	75,05	78,62

Tabel 8 Kategorisasi Deskripsi Variabel Perilaku Inovatif (Y)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 66$	33	10%
Rendah	$66 < X \leq 72$	61	18%
Sedang	$72 < X \leq 78$	135	40%
Tinggi	$78 < X \leq 84$	91	27%
Sangat Tinggi	$X > 84$	22	6%
Jumlah		342	100%

Tabel 9 Kategorisasi Deskripsi Variabel Modal Psikologis (X)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 68$	32	9%
Rendah	$68 < X \leq 76$	45	13%
Sedang	$76 < X \leq 83$	148	44%
Tinggi	$83 < X \leq 90$	99	29%
Sangat Tinggi	$X > 90$	18	5%
Jumlah		342	100%

Tabel 10 Kategorisasi Deskripsi Variabel Efikasi Diri (X1)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 16$	45	13%
Rendah	$16 < X \leq 19$	39	12%
Sedang	$19 < X \leq 22$	120	35%
Tinggi	$22 < X \leq 25$	138	40%
Sangat Tinggi	$X > 25$	0	0%
Jumlah		342	100%

Tabel 11 Kategorisasi Deskripsi Variabel Optimis (X2)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 17$	41	12%
Rendah	$17 < X \leq 19$	39	11%
Sedang	$19 < X \leq 21$	128	37%
Tinggi	$21 < X \leq 23$	126	37%
Sangat Tinggi	$X > 23$	8	3%
Jumlah		342	100%

Tabel 12 Kategorisasi Deskripsi Variabel Harapan (X3)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 16$	14	4%
Rendah	$16 < X \leq 18$	112	33%
Sedang	$18 < X \leq 21$	83	24%
Tinggi	$21 < X \leq 23$	106	31%
Sangat Tinggi	$X > 23$	27	8%
Jumlah		342	100%

Hubungan Modal Psikologis dengan Perilaku Inovatif Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Jambi

Tabel 13 Kategorisasi Deskripsi Variabel Resiliensi (X4)

Kategori	Nilai	N	(%)
Sangat Rendah	$X < 16$	35	10%
Rendah	$16 < X \leq 18$	91	27%
Sedang	$18 < X \leq 20$	121	35%
Tinggi	$20 < X \leq 22$	87	25%
Sangat Tinggi	$X > 22$	8	3%
Jumlah		342	100%

Uji Asumsi

Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan linieritas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov Smirnov. Hasil uji normalitas data penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		342
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.55502529
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.026
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c

Berdasarkan tabel uji normalitas data di atas, dapat dilihat nilai sigma yang diperoleh yaitu 0,083, dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Dengan demikian, data penelitian tersebut terdistribusi normal pada 342 responden yang menjadi sampel penelitian.

Uji linearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang linear (searah) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dikatakan terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat jika memiliki nilai signifikansi *deviation from linearity* $> 0,05$. Uji linearitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15 Uji Linearitas Data

		Sig.
IB* PsyCapt	(Combined)	.001
	Linearity	.000
	Deviation from Linearity	.131

Berdasarkan tabel uji linearitas data di atas, dapat dilihat nilai *deviation from linearity* sebesar 0,131 yang artinya $> 0,05$ dan memiliki nilai *linearity* 0.000 atau dibawah $p < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel modal psikologis dengan perilaku inovatif memiliki hubungan yang linear.

Uji Hipotesis

Hipotesis I : Modal Psikologis dengan perilaku inovatif

Tabel 16 Hipotesis I

r	R ²	P	Kategori
0.259**	0.101	<0.001	Rendah

Uji korelasi diatas menunjukkan bahwa ditemukan korelasi positif dan signifikan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi (r) antara variabel modal psikologis dengan perilaku inovatif sebesar 0.259 dengan p value < 0.001 . Kekuatan korelasi kedua variabel ini berada pada kategori rendah yang artinya ada kemungkinan hubungan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Dapat disimpulkan dalam uji hipotesis bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Kontribusi modal psikologis dengan perilaku inovatif dilihat dengan koefisien determinasi (R²). Koefisien determinasi antara variabel modal psikologis dan perilaku inovatif sebesar 0.101 yang artinya sebanyak 10,1% variabel perilaku inovatif dipengaruhi oleh variabel modal psikologis dan 89,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hipotesis II : Efikasi Diri dengan Perilaku Inovatif

Tabel 17 Hipotesis II

r	P	Kategori
0.207**	<0.001	Rendah

Uji korelasi di atas menunjukkan bahwa ditemukan korelasi positif dan signifikan antara efikasi diri dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi (r) antara variabel efikasi diri dengan perilaku inovatif sebesar 0.207 dengan p value < 0.001 . Kekuatan korelasi kedua variabel ini berada pada kategori rendah yang artinya ada kemungkinan hubungan antara efikasi diri dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Dapat disimpulkan dalam uji hipotesis bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Hipotesis III: optimis dengan perilaku inovatif

Tabel 18 Hipotesis III

r	P	Kategori
0.225**	<0.001	Rendah

Uji korelasi diatas menunjukkan bahwa ditemukan korelasi positif dan signifikan antara optimis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi (r) antara variabel optimis dengan perilaku inovatif sebesar 0.225 dengan p value <0.001. Kekuatan korelasi kedua variabel ini berada pada kategori rendah yang artinya ada kemungkinan hubungan antara optimis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Dapat disimpulkan dalam uji hipotesis bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Hipotesis IV: Harapan dengan Perilaku Inovatif

Tabel 19 Hipotesis IV

r	P	Kategori
0.165**	<0.001	Sangat Rendah

Uji korelasi di atas menunjukkan bahwa ditemukan korelasi positif dan signifikan antara harapan dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi (r) antara variabel harapan dengan perilaku inovatif sebesar 0.165 dengan p value <0.001. Kekuatan korelasi kedua variabel ini berada pada kategori sangat rendah yang artinya memilih hubungan sangat lemah antara harapan dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Dapat disimpulkan dalam uji hipotesis bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Hipotesis V : Resiliensi dengan Perilaku Inovatif

Tabel 20 Hipotesis V

R	P	Kategori
0.264**	<0.001	Rendah

Uji korelasi di atas menunjukkan bahwa ditemukan korelasi positif dan signifikan antara resiliensi dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi (r) antara variabel resiliensi dengan perilaku inovatif sebesar 0.264 dengan p value <0.001. Kekuatan korelasi kedua variabel ini berada pada kategori rendah yang artinya ada kemungkinan hubungan antara resiliensi dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Dapat disimpulkan dalam uji hipotesis bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif penelitian ini menunjukkan mayoritas responden dengan jumlah 135 responden atau 40% memiliki skor perilaku inovatif yang sedang. Persentase ini menunjukkan mayoritas responden memiliki perilaku inovatif yang cukup dalam mengembangkan inovasi baru. Perilaku inovatif yang cukup dihasilkan responden yang dapat dilihat dari sikap dalam mengeksplorasi peluang, menghasilkan generasi ide, melakukan promosi ide, merealisasikan ide dan merefleksikan ide menjadi sesuatu yang berguna dan bernilai bagi usahanya.

Analisis deskriptif modal psikologis pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi berada pada kategori sedang dengan persentase 44% atau 148 responden. Analisis deskriptif tersebut menunjukkan bahwa hampir mencapai setengah dari jumlah responden penelitian merasa memiliki perkembangan keadaan psikologis yang positif. Adanya keadaan psikologis yang cukup baik bagi wirausaha akan mampu mendorong wirausaha tersebut melakukan hal-hal positif bagi usahanya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusumaningrum (2019) yang menunjukkan hampir sebagian besar responden pelaku UMKM memiliki kondisi psikologis yang cukup baik.

Namun, analisis deskriptif masing-masing dimensi modal psikologis dalam penelitian ini menunjukkan rentang kekuatan responden yang berbeda-beda. Efikasi diri menunjukkan skor terbanyak responden berada pada kategori tinggi dengan jumlah responden 138 atau 40%. Optimis menunjukkan skor terbanyak responden berada pada kategori sedang dengan jumlah responden 128 atau 37%. Harapan menunjukkan skor terbanyak responden berada pada kategori rendah dengan jumlah responden 122 atau 33% dan resiliensi menunjukkan skor terbanyak responden berada pada kategori sedang dengan jumlah responden 121 atau 35%.

Analisis deskriptif masing-masing dimensi modal psikologis menandakan mayoritas responden memiliki efikasi diri atau keyakinan yang kuat terhadap kemampuannya dalam mengatasi masalah selama menjalani usaha kuliner. Responden juga memiliki sikap optimis dan sikap resiliensi atau mampu bangkit dari keterpurukan dengan baik selama menjalani usaha kuliner. Namun, mayoritas responden kurang mampu menetapkan harapan-harapan atau tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam menjalani usaha kuliner.

Hipotesis mayor penelitian ini menguji korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hipotesis mayor akan melihat korelasi atau hubungan modal psikologis (x) dengan variabel

Hubungan Modal Psikologis dengan Perilaku Inovatif Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Jambi

perilaku inovatif (y). Uji korelasi menunjukkan korelasi sebesar 0.259 dengan p value < 0.001. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Kekuatan korelasi yang dihasilkan kedua variabel ini berada pada kategori rendah. Pada hipotesis mayor menghasilkan H_a yang diterima dan H_o ditolak.

Analisis regresi sederhana terhadap variabel bebas dan variabel terikat juga dilakukan pada penelitian ini. Analisis regresi sederhana dalam penelitian bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi modal psikologis terhadap perilaku inovatif dengan melihat koefisien determinasi (R^2). Hasil regresi kedua variabel ini adalah 0.101. Modal psikologis memberikan kontribusi 10,1% terhadap perilaku inovatif dan 89,9% berasal dari faktor lain yang tidak diketahui atau tidak menjadi fokus penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif. Hal ini sejalan dengan Kusumaningrum (2019) dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa modal psikologis sebagai aspek pendorong munculnya perilaku inovatif dalam pengembangan usaha. Penelitian lain dari Pramono dkk., (2021) menganalisis pengaruh modal psikologis dengan perilaku inovatif dalam dunia industri dan didapatkan modal psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku inovatif individu.

Dewi (2013) menyebutkan bahwa modal psikologis memiliki keterkaitan dengan perilaku inovatif wirausaha baik secara parsial atau sebagian maupun simultan atau keseluruhan dan berpengaruh terhadap perkembangan usaha yang dijalaninya. Memiliki perilaku inovatif dan didukung dengan modal psikologis yang baik dapat memengaruhi kemampuan wirausaha dalam mengembangkan inovasi atau gagasan baru selama menjalani usaha. Dalam membuka usaha ataupun pengembangan usaha, wirausaha harus mampu mengenali peluang baru dan inovasi baru guna mempertahankan eksistensi dan daya saing usaha.

Selain melihat uji korelasi antara kedua variabel, penelitian ini juga melihat hubungan masing-masing dimensi variabel modal psikologis dengan perilaku inovatif sebagai hipotesis minor. Hipotesis minor pertama melihat korelasi antara efikasi diri dengan perilaku inovatif. Hasil korelasi efikasi diri dengan perilaku inovatif pemilik UMKM

kuliner di Kota Jambi adalah 0.225 dengan $p < 0.001$. Efikasi diri berhubungan positif terhadap perilaku inovatif dan berada pada kategori rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Julianti, dkk (2023) bahwa efikasi diri menjadi urutan tertinggi ketiga dari dimensi modal psikologis dan berkorelasi positif signifikan dengan perilaku inovatif pada wirausaha dengan kategori rendah.

Efikasi diri diartikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memecahkan suatu masalah yang dihadapi demi meraih keberhasilan. Wirausaha yang memiliki efikasi diri akan melihat sebuah tantangan sebagai sesuatu yang dapat diatasi dengan mengeksplorasi peluang serta ide-ide baru sebagai solusinya. Efikasi diri sedikitnya dapat membantu individu melihat tantangan sebagai sesuatu yang bisa diatasi dengan menggali peluang, gagasan atau pengembangan ide baru dan berbeda (Rulevy dkk., 2016)

Hipotesis minor kedua melihat korelasi antara optimis dengan perilaku inovatif. Hasil korelasi optimis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi adalah 0.225 dengan $p < 0.001$. Optimis berhubungan positif terhadap perilaku inovatif dan berada pada kategori rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Julianti, dkk (2023) bahwa optimis menjadi urutan tertinggi kedua dari dimensi modal psikologis dan berkorelasi positif signifikan dengan perilaku inovatif pada wirausaha dengan kategori rendah.

Wirausaha yang memiliki rasa optimis dalam dirinya tentu mengharapkan yang terbaik bagi usahanya. Sikap optimis pada wirausaha menjadikan wirausaha tersebut teguh dalam menjalani usaha, pantang menyerah terhadap berbagai rintangan, selalu optimis dan mengerahkan segala cara meraih keberhasilan. Individu yang memiliki sifat optimis kecil kemungkinannya menyalahkan diri sendiri serta berputus asa ketika menghadapi masalah (Abbas, dkk, 2015).

Hipotesis minor ketiga melihat korelasi antara aspek harapan dengan perilaku inovatif. Hasil korelasi harapan dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi adalah 0.165 dengan $p < 0.001$. Hal ini menjadi temuan menarik dalam penelitian ini dikarenakan dimensi harapan dari modal psikologis berkorelasi positif signifikan namun berkekuatan sangat rendah dengan perilaku inovatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sameer (2018) bahwa harapan berkontribusi sangat rendah dengan perilaku inovatif. Temuan lain oleh Julianti, dkk, (2023) mengungkap hal yang sama bahwa harapan memiliki nilai korelasi paling rendah dari dimensi

modal psikologis terhadap perilaku inovatif wirausaha.

Harapan yang rendah bisa disebabkan karena kurang spesifiknya tujuan yang dibuat wirausaha dalam menjalani usaha, tidak realistis dalam menetapkan target atau kurang memiliki perencanaan dan alternatif yang tepat dalam mencapai tujuan. Individu yang memiliki tujuan dan adanya pengharapan yang realistis terhadap tujuan tersebut akan mengarahkan segala usahanya dan membuat perencanaan yang inovatif dalam memperoleh keberhasilan tujuan tersebut (Rulevy, 2016). Namun, harapan atau tujuan yang tidak spesifik dan kurang jelas di dalam menjalani usaha membuat wirausaha tidak optimal dalam mencari cara meraih keberhasilan yang ingin dicapai (Sanawiri & Iqbal, 2018).

Hipotesis minor keempat melihat korelasi dimensi terakhir modal psikologis yaitu resiliensi. Hasil korelasi resiliensi dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi adalah 0.264 dengan $p < 0.001$. Resiliensi berhubungan positif signifikan terhadap perilaku inovatif dan berkategori rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Julianti dkk., (2023) bahwa resiliensi menjadi urutan tertinggi dari dimensi modal psikologis dan berkorelasi positif signifikan dengan perilaku inovatif pada wirausaha dengan kategori rendah. Hal yang sama ditemukan oleh Kusumaningrum (2019) bahwa terdapat korelasi rendah antara aspek resiliensi dengan perilaku inovatif pada pelaku usaha.

Resiliensi menjadikan individu mampu bangkit dalam menghadapi kegagalan sehingga memungkinkan individu untuk mencoba memunculkan berbagai ide-ide atau perubahan yang berisiko untuk dirinya. Individu yang memiliki resiliensi yang baik akan cenderung memunculkan ide-ide baru dan berusaha untuk mengimplementasikan ide tersebut sekalipun memiliki risiko kegagalan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sameer (2018) yang menyatakan bahwa kemampuan untuk bangkit kembali dan resiliensi dibutuhkan untuk memunculkan perilaku inovatif.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa modal psikologis dan keempat dimensi modal psikologis memengaruhi perilaku inovatif. Modal psikologis menggambarkan dan memprediksi kinerja inovatif wirausaha. Kondisi psikologis yang positif dalam menjalani usaha dapat meningkatkan motivasi serta mengembangkan wirausaha dalam memunculkan inovasi. Jika wirausaha memiliki

kondisi psikologis yang positif dan baik akan mendorong wirausaha tersebut memunculkan perilaku inovatif.

Kesimpulan dan Saran

Terdapat hubungan signifikan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi yang dihasilkan dari kedua variabel ini yaitu 0.259 $p < 0.001$ dengan kategori rendah. Modal psikologis memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi sebesar 10,1%.

Gambaran umum modal psikologis pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi terbanyak berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 148 responden atau 44%.

Gambaran umum perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi terbanyak berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 135 responden atau 40%.

Terdapat hubungan signifikan efikasi diri dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi yang dihasilkan dari variabel efikasi diri dengan perilaku inovatif sebesar 0.207 $p < 0.001$ dengan kategori rendah.

Terdapat hubungan signifikan optimis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi yang dihasilkan dari variabel optimis dengan perilaku inovatif sebesar 0.225 $p < 0.001$ dengan kategori rendah.

Terdapat hubungan signifikan harapan dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi yang dihasilkan dari variabel harapan dengan perilaku inovatif sebesar 0.165 $p < 0.001$ dengan kategori sangat rendah.

Terdapat hubungan signifikan resiliensi dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Nilai korelasi yang dihasilkan dari variabel resiliensi dengan perilaku inovatif sebesar 0.264 $p < 0.001$ dengan kategori rendah.

Saran

Bagi Pelaku UMKM dapat berfokus pada pembentukan rasa kepercayaan diri dan memanfaatkan modal psikologis yang sebenarnya ada pada setiap individu dengan lebih baik dalam menjalani usaha. Pemilik UMKM juga selayaknya dapat terus menumbuhkan perilaku inovatif yang mengarahkan pada perbaikan gagasan baru di dalam menjalani aktivitas kewirausahaan guna mempertahankan eksistensi dan daya saing usaha, terlebih lagi pada usaha kuliner.

Pelaku UMKM juga perlu menetapkan prinsip, nilai, dan ekspektasi seperti apa yang ingin dicapai dalam menjalankan usaha. Pemilik UMKM juga harus mampu meningkatkan pemanfaatan relasi dan jaringan sosial seperti

berkenalan dengan banyak orang dan mengikuti kegiatan-kegiatan kewirausahaan yang dapat memperluas pangsa pasar.

Bagi Pelatih dan Konsultan UMKM penelitian ini dapat menjadi acuan bagi konsultan atau pelatih pengembangan UMKM untuk dapat membuat model pengembangan kewirausahaan yang bertujuan dalam pengembangan inovasi atau gagasan-gagasan yang menarik, pengembangan usaha kuliner dan bidang usaha lainnya serta mampu meningkatkan keyakinan diri pengusaha, khususnya pengusaha muda yang baru terjun dalam dunia industri.

Konsultan dan pelatih UMKM juga disarankan untuk dapat membantu pengusaha UMKM mengembangkan gagasan-gagasan baru atau inovasi terbaru dengan fokus pada pelatihan dan aspek-aspek dalam pengembangan berperilaku inovatif yakni pengembangan produk dan peluang pasar baru, membangun lingkungan yang inovatif, memulai hubungan dengan investor, menghadapi tantangan tidak terduga, menentukan tujuan utama, mengembangkan sumber daya dan lainnya.

Bagi Peneliti selanjutnya, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik sampling kluster acak yang belum mengungkapkan hasil skor responden secara proporsional, hal ini menjadi pertimbangan peneliti karena jika menggunakan jumlah proporsional pada tiap kategori akan memakan waktu lebih lama dengan jumlah sampel yang ditetapkan. Selanjutnya, penelitian dengan populasi besar seperti ini dapat dilakukan dengan menghubungi berbagai komunitas sehingga penyebaran kuesioner menjadi lebih mudah.

Peneliti berharap temuan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian berikutnya. Penelitian berikutnya dapat meneliti variabel-variabel lain yang berhubungan erat dengan kedua variabel yang diteliti di penelitian ini, misalnya saja variabel intensi berwirausaha, variabel kekuatan jaringan atau sosial dan bahkan variabel beberapa tipe kepribadian yang kental kaitannya dengan dunia kewirausahaan. Penelitian selanjutnya juga dapat memeriksa hubungan kedua variabel penelitian di wilayah berbeda, karakteristik yang berbeda, bidang usaha yang berbeda dan lainnya.

Daftar Pustaka

- Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of psychological capital on innovative performance and job stress. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 1-11. doi:10.1002/CJAS.1314
- Alrisma, N. (2019). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Modal Psikologi Terhadap Keterikatan Kerja Pada Karyawan PT Akur Pratama Cabang Griya Antapani Bandung (*Doctoral dissertation*, Universitas Komputer Indonesia).
- Amin, S., Widiastuti, F., Fitriaty, F., & Khalid, I. (2020). Membangkitkan Perilaku Inovatif Pedagang Kuliner Kaki Lima Kawasan Thehok Kota Madya Jambi. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(1), 11-17.
- Amir, M. T. (2015). Validation of innovative behavior as a multidimensional construct. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 14, No. 1, 66-80. doi:http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2015.14.1.5
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 1(2), 19-25.
- Ashariyadi (2016, Juni). Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA. Masyarakat ASEAN: Geliat UMKM di Era MEA, 31(12), 4-5.
- Ayodya, W. (2016). *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. Elex Media Komputindo.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistika. (2022). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022. Diakses pada Desember 3, 2022, dari <https://www.bps.go.id/>
- Badan Ekonomi Kreatif. (2021). *Opus Ekonomi Kreatif Outlook 2021*.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*, 8(1), 1-27.
- De Jong, J. & Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36. doi:10.1111/j.14678691.2010.00547.x

- Damirch, Q. V., Rahimi, G., & Seyyedi, M. H. (2012). Transformational Leadership Style and Innovative Behavior on Transformational Leadership Style and Innovative. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 1(4), 119-127.
- Dewi, R. (2013). Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Enterpreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UKM terhadap perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 29 – 40.
- Databooks Katadata.id. (2021). IMF Proyeksikan Pengangguran Indonesia Menurun, Namun Tetap Tinggi di ASEAN. Diakses pada 22 Januari 2023 dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/13/imf-proyeksikan-pengangguran-indonesia-menurun-namun-tetap-tinggi-di-asean>
- Efendi, M., & Yudhati, M. (2017). Pengaruh Ekspektasi Laba terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2013 STIE MBI Jakarta). *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 7(2), 42-64.
- Etikariena, A. (2018). Perbedaan Perilaku Kerja Inovatif Berdasarkan Karakteristik Individu Karyawan. *Jurnal Psikologi* 17(2), 107-118
- Gani, U. A., Salasi, R., Bambang, R. M., & Umam, K. (2018). Analisis Diskriminan untuk Mengelompokkan Negara Maju dan Negara Berkembang dengan Metode Fishers. *Jurnal Geuthèè: Penelitian Multidisiplin*, 1(1), 01-12.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90–105. doi:10.1037/a0018556
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. Yayasan Kita Menulis.
- Hsu, M. L. A., & Chen, F. H. (2015). The Cross-Level Mediating Effect of Psychological Capital on the Organizational Innovation Climate – Employee Innovative Behavior Relationship. *Publication of The Creative Education Foundation*, 1–16. doi:10.1002/jocb.90
- Indonesia. Undang-undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembar Negara RI Tahun 2008 No.20, Tambahan Lembaran RI Nomor 4866. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Janssen, O. (2000). Job demands, Perceptions of Effort- Reward Fairness and Innovative Work Behaviour. *Jurnal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287–302.
- Julianti, A., Konradus, N., & Susianti, D. (2023). Perilaku Kerja Inovatif: Studi Kontribusi Psychological Capital Pada Wirausaha. *Media Bina Ilmiah*, 17(7), 1337-1346.
- Kementerian Keuangan RI. (2022). Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian. Diakses pada 5 Desember, 2022 dari <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022). Perkembangan UMKM sebagai *Critical Engine* Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Diakses pada 5 Desember, 2022 dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Kejar Target Rasio Kewirausahaan, KemenKopUKM Kick Off Program Patenpreneur 2022. Diakses pada 23 Desember, 2022 dari <https://kemenkopukm.go.id/read/kejar-target-rasio-kewirausahaan-kemenkopukm-kick-off-program-patenpreneur-2022>
- Kusumaningrum, D. A. (2019). Modal Psikologis dan Perilaku Inovatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological capital: Developing the Human Competitive Edge. *USA: In Oxford University Press*.
- Luthan, Fred & Carolyn M. Youssef-Morgan. (2017). “*Psychological Capital: An Evidence-Based Positive Approach.*” *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*.
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D., & Halizah, S. N. (2021). Hubungan Perilaku Produktif dan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Lima Daun Ilmu (MADA)*, 1(2), 121-130.
- Messmann, G., & Mulder, R. H. (2013). Development of a measurement instrument

Hubungan Modal Psikologis dengan Perilaku Inovatif Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Jambi

- for innovative work behaviour as a dynamic and context-bound construct. *Human Resource Development International*, 15(1), 43-59.
- Messmann, G., & Mulder, R. H. (2020). A short measure of innovative work behaviour as a dynamic, context-bound construct. *International Journal of Manpower*.
- Mochammad, A., & Puspitadewi, N. W. S. (2021). Hubungan antara modal psikologis dengan produktivitas kerja pada pengusaha UMKM kerajinan kulit dan koper di kecamatan tanggulangun sidoarjo. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(01), 70-83.
- Nathaniel, J. (2022, September). Decision Making Strategy Towards Endemic. *In Prosiding National Seminar on Accounting UKMC* (Vol. 1, No. 1).
- Nurchayati, N. (2020). Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Peningkatan Perilaku Inovatif dan Motivasi Berbagi Pengetahuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 341-355.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65-74.
- OECD. (2020). *SME Policies Responses*. Diakses pada 05 Januari 2022 dari https://read.oecdilibrary.org/view/?ref=119_119680di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 118-127.
- Periantalo, J. (2015). *Validitas Alat Ukur Psikologi: Aplikasi Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Portal Informasi Indonesia Indonesia.go.id (2022). Wirausahawan Mapan, Ekonomi Nasional Kuat. Diakses pada 22 Januari 2023 dari <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wirausahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?Lang=1>
- Pramono, T., Asbari, M., Supriatna, H., Nugroho, Y. A., & Novitasari, D. (2021). Rahasia Inovasi Karyawan Wanita di Era Digital: Analisis Modal Psikologis dan Dukungan Kepemimpinan. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 312-328.
- Rachmatsari, P. (2017). *Kajian Kreativitas Dan Inovasi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UKM (Studi Kasus Pada Wanita Pengusaha UKM Di Bidang Kuliner Di Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Unpas).
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123.
- Rahmi, V. A., & Hapsari, I. P. (2021). Resiliensi dan Adaptasi pengusaha wanita di era new normal. *Community Empowerment*, 6(7), 1139-1148.
- Rulevy, D.F. & Parahyanti, E.(2016). Hubungan Psychological Capital Dan Perilaku Kerja Inovatif Di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz. *Jurnal Psikogenesis*, 4(1).
- Rusdiana, A. (2018). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., & Engelen, A (2014). On Cultural and Macroeconomic Contingencies of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 255-290.
- Sameer, Y.M. (2018). Innovative behavior and psychological capital: Does positivity make any difference?. *Journal of Economics and Management*, Vol. 32, No.2, 75-101.
- Sancoko, A. H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time to Eat Surabaya. *Agora*, 3(1), 185-194.
- Sari, A. P., & Hayadi, I. (2022). Efikasi Diri Kreatif Memediasi Intelegensi terhadap Perilaku Kerja Inovatif pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(2), 166-179.
- Sari, N. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif bidang kuliner khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. [https:// doi.org/](https://doi.org/)

- 10.31842/ jurnal-inobis. v2i1. 65.
- Setyandari, A., Wibowo, M. E., & Purwanto, E. (2020, June). Adaptation of Academic Psychological capital Questionnaire in Bahasa Indonesia. In *International Conference on Science and Education and Technology (ISET 2019)* (pp. 261-264). Atlantis Press.
- Simangunsong, R. (2022). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Wadah Ilmiah Penelitian Pengabdian Untuk Nommensen*, 1(1), 78-84
- Snyder, C. R. (1994). *The psychology of hope*. New York: The Free Press
- Sisca, S., Simarmata, H. M. P., Grace, E., Purba, B., Dewi, I. K., Silalahi, M., & Sudarmanto, E. (2021). *Manajemen Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sulasari, A. (2016). Pengembangan Metode Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Proyek untuk Meningkatkan Karakter Wirausaha Mahasiswa di Politeknik Negeri Malang. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 23(1), 16-28.
- Sulistiyani, E., & Azizah. (2017). Beberapa determinan perilaku kerja inovatif pada karyawan industri batik skala ekspor Surakarta. *Prosiding Sentrinov*, 3, 308–319.
- Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2022). Strategi Pengembangan Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 7(1), 57-68.
- Utami, H. N., Sandra, S., & Ruhana, I. (2019). Pemberdayaan Masyarakat dengan Pendekatan Triple Helix untuk Pengembangan Kompetensi Wirausaha Masyarakat Desa Mandiri Energi. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 5(3), 294-302.
- Wahyudiono, W., Maria, W., & Aminatuzzurho, A. (2019). Manajemen UMKM: Pengembangan Usaha Sektor UMKM Berbasis Keunggulan Kompetitive Berkelanjutan.
- Winarso, W. (2019). *Bisnis kreatif dan inovasi*. Yayasan Barcode