

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk dalam kategori negara berkembang. Negara berkembang sebagai negara dengan tingkat kesejahteraan penduduk masih dalam taraf menengah atau berkembang 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 termasuk Indonesia adalah masalah menciptakan 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* (dalam 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 dan 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 (Simangunsong, 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.

Jumlah wirausahawan di Indonesia sudah melampaui standar internasional *Global Entrepreneurship* yaitu 2% dari total populasi penduduk. Persentase wirausahawan di Indonesia mencapai 3,47% dari populasi penduduk yang berjumlah lebih dari 275 juta orang. Akan tetapi, rasio tersebut masih menunjukkan bahwa wirausahawan di Indonesia masih tertinggal dari standar nasional negara-negara Asia Tenggara lainnya, seperti Singapura (8,76%), Malaysia (4,74%), Brunei (4,7%) dan Thailand (4,26%) (Portal Informasi Indonesia, 2022). Saat ini, pemerintah terus mendorong penumbuhan wirausaha hingga 2024 dapat tercapai jumlah ideal 3,95% dari total penduduk Indonesia (Kemenkop UKM, 2022).

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 1.1 Jumlah UMKM Sektor Kuliner Aktif di Kota Jambi Tahun 2022

No	Kecamatan	Jumlah UMKM Kuliner
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

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi (2022)

UMKM kuliner dirasa 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, perespon, dan pemodifikasi 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).

Serupa seperti yang disampaikan narasumber GN pada wawancara awal, ia juga menyatakan bahwa tidak ada inovasi akan membuat usaha yang dijalani menjadi kurang berkembang.

“Pernah, suntuk. Jadinya malahan ngga ada pengembangan. Mau gamau kita dituntut berinovasi kan. Evaluasi lagi, cari inovasi baru lagi.” (GN, Bisnis Warung Makan, 18 Desember 2022, 16.30 WIB)

Dari kutipan wawancara, didapatkan bahwa sebagai seorang wirausaha selalu dituntut untuk berinovasi dan melakukan perbaikan. Sejalan dengan pernyataan Ardiansyah (2020), wirausaha yang berhasil adalah yang melakukan inovasi dan perbaikan pada usahanya.

Selain membuat kurang berkembang, minimnya inovasi membuat usaha tidak memiliki ciri khasnya tersendiri. Jenis usaha yang monoton dan tidak memiliki keunikan yang berbeda dengan pesaing akan membuat usaha tersebut tidak dapat bersaing bahkan gagal dalam menjalani usaha. Sejalan dengan yang disampaikan narasumber awal mengenai pentingnya inovasi, didapatkan hasil:

“Yang aku liat kenyataannya disini banyak bisnis yang modal ikut-ikutan trend cuma bertahan 6 bulan, malahan 3 bulan. Banyak banget penjual disini yang pada bangkrut karena nggak mampu nyaingin produk sejenis, apalagi makanan, mesti cari cara-cara baru yang beda. Aku termasuk pernah jadi penjual yang bangkrut itu gara-gara produknya monoton.” (IL, Bisnis Sosis Mozarella, 15 Mei 2023, 14.30 WIB)

“Banyakan di Jambi nih yang bisnis makanan masih seumur jagung ganti usaha, ganti merek, banyak yang gagal. ... Jadi kita tuh nggak bisa itu-itu aja produknya, harus beda sama pesaing, produk kita tuh harus punya ciri sendiri. ... Nggak begitu ya kalah saing, nggak punya ciri sendiri usaha banyak usaha yang nggak berkembang, mending nggak berkembang aja, malahan tutup.” (TS, Bisnis Warung Makan dan Angkringan, 15 Mei 2023, 9.30 WIB)

Kutipan wawancara diatas menunjukkan bahwa wirausaha dituntut untuk memiliki strategi dan inovasi dalam usahanya agar dapat berdaya saing. Usaha yang memiliki strategi dan inovasi berbeda dari usaha sejenis lainnya akan mampu menarik pelanggan potensial. Seperti yang disampaikan oleh narasumber RS pada wawancara awal bahwa berinovasi dapat menarik pelanggan:

“... Kalau disini ya abang ngerasa cuma abang yang seperti ini, jadi kalau pembeli mau cara yang seperti abang ya cuma ke abang

belinya.” (RS, Bisnis Kuliner Hot Pangsit, 25 Desember 2022, 21.30 WIB)

Kutipan wawancara diatas menjelaskan adanya inovasi membuat usaha tersebut memiliki ciri khas yang menarik perhatian pelanggan. Sejalan dengan pernyataan Siska dkk., (2021) UMKM yang berinovasi mempunyai keunikan tersendiri dan dapat menarik pelanggan potensial, terlebih lagi pada usaha sejenis.

Memiliki pengetahuan kewirausahaan saja tidak cukup dalam berinovasi menjalani usaha, wirausaha harus memiliki modal psikologis yang positif, optimis, berpikir 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.

Peneliti melakukan wawancara kepada partisipan awal pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi mengenai keterkaitan modal psikologis dalam menjalankan usaha didapatkan hasil. Dari wawancara awal, dimensi efikasi diri, optimis, harapan dan resiliensi berperan penting dalam menumbuhkan sikap positif individu selama menjalani usaha.

“Bagi aku malahan dari individunya dulu yang mesti yakin sama dirinya, percaya diri kalau kita itu bisa. Kalau diri kita yakin sama semuanya, jalani usaha ya lebih mudah.” (IL, Bisnis Sosis Mozarella, 15 Mei 2023, 14.30 WIB)

“... Jalani usaha itu harus optimis. Pikir yang baik-baik, biar hasilnya baik juga...” (RS, Bisnis Kuliner Hot Pangsit, 25 Desember 2022, 21.30 WIB)

“Targetnya pengen sesuai harapan lah, usahanya lancar terus, dapet untung banyak, bisa gaji orang. ... Itu sih paling targetnya, pengen semua sesuai rencana.” (IL, Bisnis Sosis Mozzarella, 15 Mei 2023, 14.30 WIB)

“Namanya kita usaha kan, pasti ada naik turunnya. Ada gagalnya, ada suksesnya. Kadang kita itu ngga kuat sama gagalnya. Kalau aku nggak, gagal ya bangkit lagi, jatuh ya bangkit lagi, gitu aja terus. Kalau misalnya ngga gitu, ngga bertahan usaha saya.” (GN, Bisnis Warung Makan, 18 Desember 2022, 16.30 WIB)

Kutipan wawancara diatas didapatkan bahwa dimensi-dimensi modal psikologis memengaruhi pemikiran positif individu dalam mempertahankan usaha yang dijalannya. Sejalan dengan pernyataan Mochammad dan Puspitadewi (2021), modal psikologis mendorong individu berkembang dengan baik dan diharapkan dapat memberi dampak positif terhadap bidang usaha yang sedang dijalani.

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 tiap 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 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.

Berdasarkan wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti pada dua partisipan pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi mengenai modal psikologis dengan perilaku inovatif didapatkan.

“Iya. Akutuh ngerasain banget, ketika aku udah mateng mau buka usaha, itu tuh jadi lancar. Aku tuh jadi siap sama semuanya, siap bersaing. Jadi ketika ada masalah, gampang aja, pasti nanti muncul sendiri solusi-solusinya, belajarnya juga jadi cepet..” (IL, Bisnis Sosis Mozzarella, 15 Mei 2023, 14.30 WIB)

“Wirausaha itu harus punya tujuan yang beda dari yang lain. Kalau udah punya tujuan pasti kita memikirkan cara-cara ngecapai tujuan itu kan, itu pasti ngebuat kita lebih fokus dan yakin berusahanya.” (TS, Bisnis Warung Makan dan Angkringan, 15 Mei 2023, 9.30 WIB)

Kutipan kedua wawancara diatas didapatkan kesimpulan bahwa seorang wirausaha yang memiliki modal psikologis positif akan mungkin memunculkan perilaku inovatif dengan mudah dan dapat menjalani usaha dengan lebih baik.

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. Berdasarkan pemaparan masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara modal psikologis dengan perilaku inovatif pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Jambi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk melihat Hubungan Modal

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

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan Umum dari penelitian ini adalah untuk melihat Hubungan Modal Psikologis dengan Perilaku Inovatif Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Jambi.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui gambaran modal psikologis pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi
2. Untuk mengetahui gambaran perilaku inovatif pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi
3. Untuk mengetahui hubungan antara efikasi diri dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi
4. Untuk mengetahui hubungan antara optimis dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi
5. Untuk mengetahui hubungan antara harapan dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi
6. Untuk mengetahui hubungan antara resiliensi dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM Kuliner di Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang hubungan modal psikologis dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi
2. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan referensi secara teoritis yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, terutama dalam psikologi kewirausahaan, psikologi industri dan organisasi, serta mengenai konsep modal psikologis dan perilaku inovatif.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada sejumlah pihak, yaitu:

1. Bagi responden penelitian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM agar dapat mencapai keberhasilan usaha dengan menggunakan modal psikologis yang dimiliki sehingga meningkatkan perilaku inovatif sebagai pelaku UMKM.
2. Bagi peneliti, diharapkan mampu memberikan pemahaman terhadap bidang ilmu psikologi dan pengaplikasiannya, memberikan gambaran bagi peneliti mengenai dunia *entrepreneur*, serta mampu untuk mempersiapkan modal psikologis dan perilaku inovatif bagi peneliti dalam memulai usaha nantinya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang meneliti hubungan modal psikologis dengan perilaku inovatif pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi. Kedua variabel ini menarik untuk diteliti mengingat modal psikologis memiliki pengaruh yang besar sebagai pendorong munculnya perilaku inovasi wirausaha dalam pengembangan usaha yang dijalani. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah melihat bagaimana masing-masing dimensi modal psikologis berhubungan dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi.

Penelitian ini dilakukan pada populasi pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik kluster acak, dimana seluruh subjek dalam total populasi di wilayah penelitian yang memenuhi kriteria berkesempatan untuk berpartisipasi. Peneliti kemudian mencari subjek untuk memenuhi kriteria tersebut. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini ialah berdomisili di Kota Jambi, pelaku UMKM bidang kuliner dan bersedia mengikuti penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) oleh Luthan (2007) yang telah diadaptasi kedalam

bahasa Indonesia oleh Setyandari (2020) dan skala Perilaku Inovasi yang disusun peneliti dan dilandasi teori Messmann dan Mulder (2013).

1.6 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan modal psikologis dengan perilaku inovatif pada pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi. Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian dengan topik serupa sebagai pertimbangan peneliti melakukan penelitian. Adapun tabel keaslian penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Yang Relevan

Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil dan Pembahasan
Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)	Reni Shinta Dewi	2013	1. Modal psikologis 2. Karakteristik Entrepreneur 3. Inovasi 4. Manajemen SDM 5. Karakteristik UKM 6. Perkembangan usaha	- Kuantitatif - Regresi	Sebuah penelitian studi kasus pada 32 pedagang sembako dan snack di Pasar Peterongan. Modal psikologis dan inovasi mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di Pasar Peterongan baik secara parsial maupun simultan. Namun modal psikologis memiliki pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha dibandingkan aspek lainnya.
Modal psikologis dan perilaku kerja inovatif usaha kecil menengah di Yogyakarta	Dhani Anindya Kusumaningrum	2019	1. Modal Psikologis 2. Karakter inovatif	- Kuantitatif dan kualitatif - Wawancara, literatur dan kuesioner - Korelasi spearman	Metode analisis data menggunakan analisis korelasi Spearman. Sebanyak 41 UMKM terlibat pada penelitian ini dengan jumlah responden penelitian sebanyak 229 pelaku usaha mikro kecil menengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara modal psikologis dan karakter inovatif dengan nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0.422$ dengan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$).
Rahasia Inovasi Karyawan Wanita di Era Digital: Analisis Modal Psikologis dan Dukungan Kepemimpinan	Tias Pramono, Masduki Asbari, Heri Supriatna, Yuniyanto Agung Nugroho, dan Dewiana Novitasari	2021	1. Modal psikologis 2. Perilaku inovatif 3. Dukungan otonomi kepemimpinan	- Kuantitatif - Regresi berganda	Penelitian ini mengumpulkan 87 responden kuesioner yang diambil secara random sampling dan dianalisis menggunakan metode SEM. Modal psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif dengan nilai p values sebesar 0.013 ($p < 0.05$).

Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil dan Pembahasan
<i>Impact of psychological capital on innovative performance and job stress</i>	Muhammad Abas, Usman Raja	2015	1. <i>Psychological Capital</i> 2. <i>Innovative Performance</i> 3. <i>Job Stress</i>	- Kuantitatif - Regresi sederhana	Mengkaji hubungan modal psikologis dengan perilaku kerja inovatif pada partisipan yang beragam sebanyak 237 partisipan, yaitu karyawan yang bekerja di bank, kementerian, perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan tekstil di Pakistan. Modal psikologis berhubungan positif dengan kinerja pekerjaan yang inovatif. Individu dengan modal psikologis yang tinggi dinilai menunjukkan perilaku yang lebih inovatif, cenderung menghasilkan, memperoleh dukungan, dan menerapkan ide-ide baru di tempat kerja mereka
<i>The Cross-Level Mediating Effect of Psychological Capital on the Organizational Innovation Climate – Employee Innovative Behavior Relationship</i>	Michael L. A. Hsu, Forrence Hsinhung Chen	2015	1. <i>Psychological Capital</i> 2. <i>Organizational Innovation Climate</i> 3. <i>Employee Innovative Behavior</i>	- Kuantitatif - Korelasi	Penelitian yang melibatkan 922 partisipan dari 16 organisasi di Taiwan yang mencakup berbagai industri termasuk teknologi informasi, manufaktur, asuransi, pariwisata, bisnis internasional, dan bioteknologi. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa modal psikologis yang dimiliki karyawan memiliki dampak lebih besar terhadap perilaku inovatif sebesar 0.71 ($p < 0.01$) daripada iklim inovasi organisasi

Berdasarkan tabel di atas, penelitian ini memiliki kesamaan dari segi variabel penelitian. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian dilihat dari jenis penelitian, waktu penelitian, subjek penelitian, dan tempat dilaksanakannya penelitian. Tempat pelaksanaan penelitian ini di Kota Jambi, dengan subjek pemilik UMKM kuliner untuk mengetahui gambaran modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi dan mengetahui hubungan antara masing-masing aspek modal psikologis dengan perilaku inovatif pemilik UMKM kuliner di Kota Jambi.