

Pengaruh Modal Psikologis Terhadap Perilaku Inovatif Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

Amalia Damayanti*, Widyaning Hapsari, Patria Jati Kusuma

Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Purworejo,

*email: damayantiamel46@gmail.com

DOI: [10.31603/bpsr.9008](https://doi.org/10.31603/bpsr.9008)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal psikologis terhadap perilaku inovatif. Hal ini didasari oleh perkembangan UMKM di Jawa Tengah yang mengalami peningkatan beberapa tahun belakangan serta masuknya Indonesia dalam pasar global menyebabkan persaingan semakin ketat sehingga menuntut pelaku UMKM untuk berinovasi, modal psikologis dapat memotivasi individu untuk menjadi individu yang unggul dalam lingkungan persaingan yang ketat. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang tergabung dalam paguyuban UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan menggunakan sampling jenuh. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner modal psikologis dan perilaku inovatif yang masing-masing sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara modal psikologis dan perilaku inovatif dengan nilai R square 78,1% menunjukkan pengaruh yang kuat artinya modal psikologis cukup efektif mempengaruhi perilaku inovatif semakin tinggi modal psikologis semakin tinggi pula perilaku inovatif yang dimunculkan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak dinas UMKM/pemerintah terkait sehingga dapat memberikan pendampingan/pelatihan sehingga mampu menjadikan UMKM lebih inovatif.

Kata-Kata Kunci: Modal Psikologis, Perilaku Inovatif, Pelaku UMKM.

The Influence of Psychological Capital on Innovative Behavior in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

Abstract

This study aims to determine the effect of psychological capital on innovative behavior. This is based on the development of MSMEs in Central Java which has increased in recent years and Indonesia's entry into the global market which has resulted in increasingly fierce competition, demanding MSME actors to innovate. Psychological capital can motivate individuals to become



superior individuals in an intense competitive environment. The population in this study amounted to 100 people who are members of the MSME community. The sampling technique in this study is probability sampling using saturated sampling. Collecting data in this study using a questionnaire of psychological capital and innovative behavior, each of which has been tested and has met the requirements of validity and reliability. Data analysis used simple linear regression analysis to see the effect between variables. The results showed that there was a significant influence between psychological capital and innovative behavior with an R squared value of 78.1% showing a strong influence, meaning that psychological capital was quite effective in influencing innovative behavior. The higher the psychological capital, the higher the innovative behavior that emerged. The results of this study are expected to be able to provide information to related MSME/government agencies so that they can provide assistance/training so as to make MSMEs more innovative.

Keywords: *Psychological Capital, Innovative Behavior, MSME Actors.*

1. Pendahuluan

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (Farisi dan Suharto, 2022). UMKM mampu bertahan dalam berbagai situasi untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat (Kadeni dan Srijani, 2020). Ketangguhan UMKM terbukti saat terjadi krisis moneter tahun 1998 dimana banyak usaha-usaha besar yang berjatuh namun UMKM mampu tetap bertahan (Nafianti & Mulyani, 2020). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha di sektor ekonomi.

Keikutsertaan Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) kemudian dengan hasil kerja sama China ASEAN *Free Trade Area* (CAFTA) sehingga menimbulkan dampak salah satunya produk-produk luar negeri membanjiri pasaran Indonesia. Produk tersebut menjadi pesaing dari produk yang dihasilkan oleh UMKM Indonesia. Berkembangnya perekonomian global juga akan berdampak pada perubahan dalam kebijakan pemerintahan, pola kepemimpinan, pola perdagangan antar negara, yang merupakan suatu ancaman sekaligus sebagai peluang dalam mengembangkan usaha menjadi lebih mampu bersaing (Asyari, 2018). Upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga keberlangsungan usaha dan mampu terus bersaing dengan terus berinovasi (Budi dan Aini, 2022). Inovasi merupakan sumber penting bagi pertumbuhan perusahaan dan kunci penentu untuk menghadapi persaingan usaha dan UMKM pasti membutuhkan inovasi. Tanpa adanya inovasi suatu badan usaha tidak akan dapat bertahan lama (Rulevy dan Parahyanti, 2016). Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Inovasi dan kreativitas baik dari pelaku usaha maupun karyawannya akan berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit untuk ditiru, serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak Heye, Loewe dan Dominiquini.

Inovasi sebagai keberhasilan ekonomi dilakukan melalui pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang

dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen (Fontana, 2011). Inovasi sangat penting bagi organisasi/perusahaan untuk mempertahankan keunggulan dalam lingkungan yang sangat kompetitif (Kistyanto, Adhar dan Setyawati, 2021). Untuk mengembangkan inovasi diperlukan perilaku inovatif dari pelaku usaha (Agustina, 2020). Namun pada faktanya perilaku inovatif masih terbatas dan jarang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam usaha menjalankan UMKM (Praningrum, Sari dan Hayadi, 2022). Terbatasnya perilaku inovatif menimbulkan masalah seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia yang bekerja pada sektor UMKM, rendahnya produktivitas dan mutu barang yang dihasilkannya, minimnya kreativitas, rendahnya pemahaman tentang orientasi wirausaha dan orientasi pasar, serta kurang berinovasi (Sedyastuti, 2018).

Masih kurangnya inovasi yang di munculkan UMKM ini disebabkan beberapa faktor diantaranya yaitu keterbatasan modal, kesulitan mendapatkan sumber daya manusia, kurangnya motivasi yang dimiliki oleh sumber daya manusia di dalamnya, serta adanya kebiasaan-kebiasaan yang sudah menjadi budaya dalam UMKM itu sendiri (Hartono dan Hartomo, 2014). Perilaku inovatif adalah tindakan individu yang menghasilkan pengembangan, pengenalan, dan penggunaan sesuatu yang unik yang bermanfaat bagi semua tingkat bisnis (Purba, 2016). Perilaku inovatif adalah keseluruhan tindakan individu yang meliputi pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan bagi organisasi/perusahaan (De Jong dan Den Hartog, 2010). Perilaku inovatif memiliki empat aspek yaitu mencari peluang, pemunculan ide, mewujudkan ide dan mengaplikasikan ide (De Jong dan Den Hartog, 2010). Pada permulaan, seorang individu akan mampu menemukan masalah ataupun peluang. Identifikasi masalah dapat dilakukan pada pola kerja yang telah berlangsung, kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, maupun indikasi kecenderungan yang sedang berubah. Penemuan peluang dapat berupa pengembangan atau alternatif produk dan jasa lain (De Jong dan Den Hartog, 2010).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif adalah modal psikologis. Modal psikologis dapat didefinisikan sebagai aspek positif mental psikologis yang harus dimiliki oleh individu untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya yang ditandai dengan memiliki keyakinan (*self efficacy*), membuat atribusi positif (*optimism*), mengarahkan tujuan (*hope*), dan bertahan dalam kesulitan (*resiliency*) dalam mencapai keberhasilan. Pelaku UMKM harus memiliki mental positif yang mampu mengembangkan dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki individu (Mochammad dan Puspitadewi, 2021). Modal psikologis yang kuat mampu mendorong individu selalu berkembang dan berpikir kreatif dalam menjalankan usahanya. Hal ini didukung dengan pernyataan yang mengatakan bahwa modal psikologis memiliki dampak langsung pada kreativitas individu (Suroso, Riyanto, Novitasari, Sasono dan Asbari, 2021). Kreatif dan inovatif memiliki keterkaitan yaitu sama-sama suatu proses menciptakan ide atau gagasan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan dapat terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan zaman (Prasmor dan Zulkarnaen, 2021).

Modal psikologis ini sangat dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat menunjukkan perilaku inovatif. Pelaku UMKM yang memiliki modal psikologis tinggi akan meyakini kemampuan, pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya dan dimanifestasikannya dalam bentuk tindakan kreatif untuk mengatasi persoalan dalam usahanya. Modal psikologis juga dapat menjadikan

pengusaha lebih inovatif karena seseorang melihat masa depan sebagai sebuah kesempatan serta mampu menggunakan kesempatan tersebut menjadi peluang, sehingga hal itu melandasi dirinya untuk dapat berinovasi. Selain itu, Modal psikologis juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan usaha. Penelitian-penelitian terdahulu masih sedikit membahas modal psikologis dan perilaku inovatif dalam lingkup wirausaha (UMKM).

Berdasarkan permasalahan dan pemamparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh modal psikologis terhadap perilaku inovatif pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada UMKM agar lebih memperhatikan kondisi psikologi positif seperti memiliki sikap keyakinan diri, harapan, optimis, dapat bertahan dalam situasi sulit dan perilaku inovatif sehingga kinerja organisasi dapat berjalan secara optimal.

2. Metode

2.1. Partisipan

Penelitian ini dilakukan dari bulan Juli sampai Desember 2022, dan tempat penelitian dilakukan di Kecamatan Loano Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampling jenuh dikarenakan jumlah populasi yang relatif kecil dan tidak lebih dari 100 orang (Arikunto, 2016). Adapun kriteria responden yaitu pelaku UMKM yang tergabung dalam paguyuban yang berjumlah 100 orang.

2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kusioner secara langsung kepada responden, penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua skala psikologi untuk mengukur modal psikologis (variabel bebas), perilaku inovatif (variabel terikat). Skala ini menggunakan skala likert dengan 4 alternatif jawaban (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 sangat setuju). Modal psikologis diukur menggunakan skala modal psikologis yang diadaptasi dari Kusumaningrum (2019). Skala ini terdiri atas 20 aitem yang telah diuji reabilitas cronbach's alpha sebesar 0,942. Perilaku inovatif diukur menggunakan skala perilaku inovatif yang diadaptasi dari suri (2021). Skala ini terdiri atas 10 aitem yang telah diuji reabilitas cronbach's alpha sebesar 0,803

2.3. Analisis Data

Penelitian ini data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis. Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana peneliti melakukan uji normalitas dan analisis deskriptif untuk melihat karakteristik responden terlebih dahulu. Semua data dianalisis dengan bantuan program SPSS *for windows* 25.0.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Responden dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM yang tergabung dalam paguyuban di kecamatan Loano yang berjumlah 100 orang. jumlah responden mayoritas perempuan yaitu

berjumlah 65 orang dengan persentase sebesar 65%. Responden yang berusia 31 - 40 tahun berjumlah 35 orang dengan persentase sebesar 35%, responden dengan jenis usaha makanan 75 orang dengan persentase 75 Responden dengan pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 53 orang. karakteristik responden dapat dilihat pada **Tabel 1** berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Identitas	Golongan	Jumlah	Persentase
Usia	21-30 Tahun	13	13%
	31-40 Tahun	35	35%
	41-51 Tahun	33	33%
	>50 Tahun	19	19%
	Total	100	100%
Jenis Kelamin	Perempuan	65	65%
	Laki-laki	35	35%
	Total	100	100%
Jenis Usaha	Makanan	75	75%
	Pakaian	4	4%
	Herbal	1	1%
	Industri dan Produksi	4	4%
	Jasa	4	4%
	Kerajinan	7	7%
	Pertanian	5	5%
	Total	100	100%
Pendapatan	< 1.000.0000	53	53%
	1.000.000-2.000.000	43	43%
	>2.000.000	4	4%
	Total	100	100%

Sebelum uji hipotesis, dilakukan uji persyaratan untuk mengetahui normalitas data. Hasil uji normalitas dengan uji *one-sample kolmogorov-smirnov* di atas dapat diketahui bahwa responden (N) sebanyak 100 orang dengan nilai signifikansi sebesar $0.129 > 0.05$ yang berarti data berdistribusi normal. Selanjutnya, di lakukan uji linearitas dengan hasil F hitung sebesar $2,231 <$ dari F table sebesar 4,16 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara modal psikologis terhadap perilaku inovatif. Hasil uji hipotesis dengan regresi linear sederhana membuktikan bahwa modal psikologis mempengaruhi perilaku inovatif dengan nilai R square sebesar 0,781 yang mempunyai arti bahwa modal psikologis memiliki pengaruh sebesar 78,1% terhadap perilaku inovatif. Jika nilai R Square mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal psikologis berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif pada pelaku UMKM sebesar 78,1% hal ini menunjukkan bahwa modal psikologis

dapat membantu individu untuk mengatasi hambatan dan tantangan dalam mewujudkan perilaku inovatif. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa modal psikologis berpengaruh terhadap perilaku inovatif (Hasanah, Suyasa, dan Dewi, 2019). Seseorang yang memiliki modal psikologis cenderung percaya pada kemampuan yang ada pada dirinya sehingga dapat menggerakkan motivasi, sumber daya kognitif untuk mencapai kesuksesan dari tugas yang diberikan, maka orang akan cenderung berperilaku inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa modal psikologis dapat membantu individu untuk mengatasi hambatan dan tantangan dalam mewujudkan perilaku inovatif.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menyebutkan modal psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif pada dosen wanita dari lima perguruan tinggi swasta di Tangerang (Suroso, Riyanto, Novitasari, Sasono dan Asbari, 2021). Selanjutnya penelitian lain menyebutkan bahwa modal psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa modal psikologis mampu menjadi predictor dan berpengaruh terhadap perilaku inovatif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif adalah modal psikologis (. Individu dengan modal psikologis lebih akan memiliki perilaku yang lebih inovatif. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa faktor pribadi, secara individu dan kolektif, dapat mempengaruhi kreativitas individu dan perilaku inovatif.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh modal psikologis terhadap perilaku inovatif pada pelaku UMKM diperoleh hasil adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara modal psikologis terhadap perilaku inovatif. Semakin tinggi modal psikologis yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula perilaku inovatif pelaku UMKM, begitu pula sebaliknya semakin rendah modal psikologis yang dimiliki pelaku UMKM semakin rendah pula perilakunya. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa faktor pribadi, secara individu dan kolektif, dapat mempengaruhi kreativitas individu dan perilaku inovatif. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya membahas satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif sehingga informasi yang di dapatkan kurang lengkap. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan lagi variabel dalam penelitian ini dengan variabel psikologi yang lainnya guna untuk mengembangkan tema tentang psikologi ekonomi, serta memperluas orientasi penelitian pada lingkup populasi dan karakteristik yang berbeda.

Referensi

- Agustina, T.S., (2020). Pengaruh Perilaku Inovatif pada Keberhasilan Womenpreneur Etnis Madura sebagai Pedagang Pakaian Jadi. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 03(02): 153-161.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Asyari Triswanda Mochammad. (2018). *Hubungan Antara Iklim Organisasi Dengan Perilaku*

- Inovatif Pada Karyawan Bagian Pemasaran PT. Indobismar Surabaya. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Budi, R., & Aini, N. A. N. (2022). Strategi keberlangsungan usaha UMKM kampung singkong pada masa pandemi covid-19. *Among Makarti* Vol. 15 No. 2 (Edisi Khusus Dies Natalis ke-38) – Agustus 2022
- De Jong, J., & de Hartog. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity and innovation manajemen*, 19 (1), 23-36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00457.x> Diakses pada tanggal 20 juli 2022.
- Farisi. A. S., Fasa, I M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, Vol 9, No.1, Januari 2022, Hal 73-84
- Fontana, Avanti, dan S. Musa. 2017. The Impact of Entrepreneurial Leadership Measurement Validation on Innovation Management and its Measurement Validation. *International Journal of Innovation Science* 9(1).
- Hartono & Hartomo. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 1, 15–30.
- Hasanah, S.F., Tommy, Y.S., dan Dewi, I.F., (2019) Perilaku Kerja Inovatif Ditinjau Dari Modal Psikologis, Tuntutan Kerja, dan Sumber Daya Pekerjaan *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* Vol.3, No. 2 Oktober 2019: hlm 475-489
- Kadeni & Srijani Ninik. (2020). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.
- Kistyanto, A., Rahman, M.F.W., Adhar Wisandiko, F. dan Setyawati, E.E.P. (2021). Cultural intelligence increase student's innovative behavior in higher education: the mediating role of interpersonal trust. *International Journal of Educational Management ahead-of-print(ahead-of-print)*: 1-22.
- Mochammad, A & Puspitadewi, S. W. N. (2021). Hubungan antara modal psikologis dengan produktivitas kerja pada pengusaha UMKM kerajinan kulit dan koper di Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo *jurnal penelitian psikologi volume 08 (nomor 01)*
- Nafianti Amaliah Dewi & Mulyani Sri Endang. (2020). Resiliensi Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) dan Kebijakan Pemerintah di masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Utilitas* Vol 6, No 2 Tahun 2020,-3
- Praningrum, Sari, P.A, & Hayadi, B. (2022) Efikasi Diri Kreatif Memediasi Intelegensi Terhadap Perilaku Kerja Inovatif UMKM di kota Bengkulu. *jurnal manajemen dan organisasi (JMO)* vol. 13 no. 2, juni 2022, hal 166-179
- Prasmor, V. A., & Zulkarnaen, I. (2021) Peningkatan Sumber Daya Manusia yang Kreatif dan Inovatif dalam Berwirausaha. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi – SNITek 2021* ISSN 2580 - 5495 Jakarta, 02 Juni 2021
- Purba, Sutrisno. 2014. “Pengaruh Budaya Organisasi, Modal Intelektual, dan Perilaku Inovatif terhadap Kinerja Pemimpin Jurusan di Universitas Negeri Medan,” *Jurnal bisnis dan ekonomi, Kinerja* Vol.13. 02 (Agustus), 87-103.
- 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), 99 – 113
- Sedyastuti, K, (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIIS. Jurnal inovasi bisnis dan manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Suri Andam Diah. (2021). Pengaruh Innovative Work Behavior Dan Job Crafting Terhadap Worforce Dengan Penggunaan Enterprise Sosial Media Sebagai Moderator. Thesis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Suroso, Riyanto, Novitasari, D., Sasono I., & Asbari M. (2021). Esensi Modal Psikologis Dosen: Rahasia Kreativitas dan Inovasi di Era Education 4.0 *Jurnal Pendidikan* (ISSN 2548-8201 (cetak); (ISSN 2580-0469 (online)
-