

ABSTRAK

Tujuan: beriringan adanya perubahan terkait pola asupan makan serta perkembangan perindustrian pariwisata di Kota Bandung, adanya peningkatan laju pertumbuhan UMKM kuliner kian meningkat. Sehingga hal tersebut berpotensi besar utamanya bagi subjek pelaku bisnis ketika memasarkan produknya. Banyak pelaku UMKM tidak mempunyai kognitif pengetahuan serta pengetahuan mumpuni terkait pengelolaan usahanya, sehingga bisa menimbulkan kesalahan pada manajemen keuangan finansial, promosi, produksi, serta menyebabkan rendahnya kinerja UMKM. Adanya penelitian ini memverifikasi hubungan *self-efficacy* dan optimisme terhadap inovasi melalui *entrepreneurial alertness*

Metodologi: Penelitian berikut memanfaatkan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dimana pendekatan verifikatif. Ukuran sampel sejumlah 120 UMKM sektor kuliner. Teknik pengambilan sampel memakai *Purposive sampling* dengan penggunaan Software SEM-PLS Ver.4

Temuan: Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pelaku UMKM sektor kuliner yang berusaha dengan usaha jualannya 1 – 5 tahun memiliki kapasitas optimisme terhadap *entrepreneurial alertness*, *self-efficacy* terhadap *entrepreneurial alertness*, *entrepreneurial alertness* terhadap inovasi, dan inovasi terhadap kinerja keuangan.

Value: Penelitian ini memperluas konsep teori modal psikologis manusia dengan menambahkan dimensi baru yang relevan dengan kinerja usaha UMKM. Implikasi praktis penelitian berikut nantinya bisa menunjang pelaku UMKM sektor kuliner Kota Bandung terkait optimalisasi strategi usaha berupa pembaruan atau inovasi perusahaan mendapatkan kinerja keuangan secara lebih baik.

Kata Kunci: *Self-efficacy, Optimisme, Entrepreneurial Alertness, Inovasi, UMKM*