

PENGARUH HUMAN CAPITAL TERHADAP KINERJA ORGANISASI DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA IKM ROTI DI KOTA PEKANBARU

Bambang Ade Zulfan¹⁾, Iwan Nauli Daulay²⁾, Anggia Paramitha²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email: bambangadezulfan@gmail.com

*The Effect Of Human Capital On Organization Performance With Innovation As
A Mediation Variables In Bread Smes In Pekanbaru City*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of human capital on organizational performance with innovation as a mediating variable at IKM Roti in Pekanbaru City. The sample in this study included 72 Bread IKM with the requirements, a minimum length of business of 1 year and producing bread and the like in Pekanbaru City. Sampling in this study using a non-probability sampling method with purposive sampling. Primary data were collected using a questionnaire as an instrument to prove the results of the study. Hypothesis testing in this study used SEM-PLS analysis with the help of the WarpPLS 6.0 software program. The results showed that: 1) Human capital has a positive and significant effect on the performance of bread SMEs in Pekanbaru City, 2) Human capital has a positive and significant effect on innovation, 3) Innovation has a positive and significant effect on the performance of bread SMEs in Pekanbaru City, 4) Variables innovation can mediate the indirect relationship of human capital to the performance of bread SMEs in Pekanbaru City.

Keywords: Human Capital, Innovation, Organizational Performance.

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilaksanakan secara berkelanjutan dan berlandaskan kemampuan nasional dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Pembangunan merupakan sebuah upaya dalam meningkatkan kemampuan masyarakat yang mengarah kepada perubahan taraf hidup yang lebih baik di masa depan (Sofyan, 2017). Di era globalisasi saat ini yang

menjadi salah satu indikator keberhasilan bagi pemerintah dalam pembangunan nasional adalah sektor ekonomi dengan melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama. Menurut Sofyan (2017) Peran masyarakat dalam pembangunan nasional tersebut adalah dengan berpartisipasi dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan yang berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Hal ini bisa dilihat dengan kokohnya UKM pada saat krisis moneter yang

terjadi di Indonesia. Bahkan, ketika sektor-sektor perekonomian lain sedang menata ulang pondasi usaha mereka pasca krisis, UKM justru telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian bangsa (Curatman, *et. al.*, 2016). UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja, pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru, dan kontribusinya terhadap produk domestik bruto dan neraca pembayaran (Sofyan, 2017).

Oleh karena itu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat dibutuhkan di suatu Negara. Bukan hanya itu, perkembangan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga perlu terus ditingkatkan karena UMKM seringkali dikaitkan dengan upaya pemerintah dalam mengatasi masalah ekonomi maupun sosial, seperti: pengangguran, kemiskinan dan masalah belum optimalnya pemerataan pendapatan (Dwikurnia dan Indriyani, 2016).

Saat ini pemerintah Indonesia semakin menggalakkan ketahanan pangan lokal dengan memberi nilai tambah dan mengangkat bahan pangan lokal agar kian dikenal oleh masyarakat luas. Untuk itu perlu adanya inovasi dalam proses produksi bahan pangan yang sifatnya bisa ditambah unsur *modern* agar menarik minat khalayak luas. Menurut Octaviani (2012) salah satu konsumsi pangan dalam industri makanan jadi yang sudah dikenal di Indonesia sejak zaman penjajahan adalah Roti. Roti merupakan kelompok produk *bakery* bersama

dengan; *cake*, donat, biskuit, *roll*, kraker dan pie. Biasanya produk roti menjadi makanan pendamping, selain; jagung, ketela, ubi jalar dan sagu. Sedangkan beras masih menjadi konsumsi pokok oleh masyarakat Indonesia. Dengan adanya perubahan pendapatan dan harga yang berpengaruh bagi proporsi konsumsi beras, masyarakat Indonesia yang tinggal di perkotaan mulai mengkonsumsi roti sebagai produk pendamping pokok. Pekanbaru merupakan salah satu kota di Indonesia yang dalam keseharian masyarakatnya menjadikan roti sebagai makanan pendamping, bahkan pendamping pokok.

Menurut Indriastuti dan Arifah (2012) kinerja perusahaan dan kemampuan untuk bertahan dalam persaingan ditentukan oleh kecepatan sebuah perusahaan mengembangkan kompetensi berbasis pengetahuan. Sangat penting bagi UMKM memanfaatkan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi untuk berinovasi, guna memperoleh keunggulan bersaing tersebut. Untuk memenangi persaingan yang ada UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki. Menurut Endri (2010) *Human capital* merupakan hal menarik yang perlu dikembangkan perusahaan kedepannya. Menurut Mathis (2013) *dalam* Endri (2010) keunggulan sumber daya manusia dibanding faktor produksi lainnya dalam strategi bersaing suatu perusahaan antara lain meliputi: kemampuan inovasi dan *entrepreneurship*, kualitas yang unik, keahlian yang khusus, pelayanan yang berbeda dan

kemampuan produktivitas yang bisa dikembangkan sesuai kebutuhan.

Menurut Curatman, *et. al.*, (2016) apabila suatu produk memiliki kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen, maka pengembangan produk baru dan strategi yang efektif menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Inovasi produk merupakan sesuatu yang bisa dilihat dari kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibanding dengan produk pesaing. Menurut Abdilahi *et. al.*, (2017) inovasi berarti hal baru, hal-hal baru yang dilakukan, atau hal-hal lama dilakukan dengan cara baru untuk meningkatkan kinerja dalam hal penjualan, profitabilitas dan pangsa pasar dalam suatu organisasi.

Kinerja suatu perusahaan meningkat dengan adanya inovasi-inovasi produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan tiap waktunya. Oleh karena itu, untuk bisa tetap berkompetisi dengan pesaing dalam menawarkan inovasi yang menarik minat konsumen, suatu perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan kreatif dalam menciptakan produk-produk baru.

Banyak peneliti yang menemukan bahwa implementasi *human capital* mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan melalui mediasi inovasi. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Irshad *et. al.*, (2018); Dhar *et. al.*, (2020); Sarwar *et. al.*, (2016); Humairoh dan Budi (2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Irshad, *et. al.*, (2018) menemukan bahwa seluruh variabel saling terhubung secara positif dan signifikan. Hasil dari penelitiannya

juga membuktikan bahwa mediasi dari inovasi menunjukkan hubungan yang parsial antara *human capital* dan kinerja perusahaan. Sarwar *et. al.*, (2016) menemukan bahwa, *human capital*, inovasi, dan kinerja saling terhubung secara positif. Penelitian yang dilakukan oleh Humairoh dan Budi (2019) menunjukkan bahwa *intellectual capital* yang terdiri dari; *human capital*, *structural capital*, *customer capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan yang di mediasi oleh inovasi produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Human Capital

Karakteristik utama *human capital management* adalah penggunaan metrik untuk memandu pendekatan dalam mengelola karyawan, menganggapnya sebagai aset dan menekankan bahwa keunggulan kompetitif dicapai oleh investasi strategis dalam aset tersebut melalui keterlibatan dan retensi karyawan, pengelolaan bakat, serta program pembelajaran dan pengembangan. *Human capital management* mengaitkan antara strategi sumber daya manusia dan strategi bisnis (Armstrong dan Taylor, 2013). Menurut Bontis, *et. al.*, (1999) dalam Armstrong dan Taylor (2013) *human capital* merupakan gabungan dari; kecerdasan, keterampilan, dan keahlian yang memberikan organisasi ciri khasnya. Elemen manusia dari organisasi adalah mereka yang mampu; belajar, mengubah, berinovasi dan memberikan dorongan kreatif yang jika termotivasi dengan baik dapat

memastikan kelangsungan hidup jangka panjang organisasi.

Pendekatan dalam strategi manajemen *human capital* mempertimbangkan lingkungan organisasi dan strategi yang dapat memecahkan kode yang berfokus pada; penetapan klarifikasi dan operasionalisasi sasaran strategis, faktor keberhasilan kritis di seluruh rantai nilai *human capital* dengan menggunakan model keuntungan manusia sebagai pondasi. Organisasi dimanapun berada pasti dihadapkan pada sebuah tantangan; bagaimana mengelola bakat para pegawai secara efektif, bagaimana mengelola sumber apapun yang ada termasuk *human*, mengembangkan, menyelaraskan, dan mempertahankan bakat yang sudah ada dengan cara mendukung modal strategis organisasi dan kebutuhan organisasi. Bakat merupakan mata uang utama yang harus ada di era globalisasi seperti saat ini. Istilah strategi manajemen *human capital* mencakup semua hal yang menjadi inti pengelolaan *human capital* (Prasojo, *et. al.*, 2017).

Inovasi

Menurut Riyanti (2019) dalam melakukan inovasi, organisasi harus menggunakan dua strategi yaitu inovasi dan imitasi. Inovasi dalam konteks ini hanya meliputi; inovasi produk, terutama inovasi besar-besaran yang dimana produk baru diciptakan secara menyeluruh. Riset-riset menunjukkan bahwa inovasi seperti ini perlu untuk keberhasilan tetapi tidak selalu cukup. Maka, inovasi produk perlu dilengkapi dengan strategi imitasi. Strategi imitasi menawarkan empat kemungkinan yang berbeda. Pertama,

perusahaan mungkin hanya mengimitasi suatu produk yang ada, tidak membuat kemajuan produk atau proses. Kedua, membuat perbaikan produk. Ketiga, membuat perbaikan proses. Keempat, membuat perbaikan produk dan proses.

Berdasarkan OECD dan Eurostat (2005) dalam Atalay, *et. al.*, (2013) inovasi produk adalah pengenalan produk yang baru atau peningkatan secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau kegunaannya. Ini termasuk peningkatan signifikan, dalam; spesifikasi teknis, komponen dan bahan, perangkat lunak yang dimasukkan, keramahan penggunaan atau karakteristik fungsional lainnya. Darroch (2005) mengkategorikan inovasi ke dalam enam jenis inovasi produk: produk baru ke dunia, produk baru ke perusahaan, penambahan lini produk yang ada, peningkatan atau revisi ke lini produk yang ada, pengurangan biaya untuk produk yang ada, reposisi produk yang sudah ada. Inovasi baru ke dunia biasanya disebut sebagai inovasi radikal sedangkan kategori lainnya adalah inovasi inkremental.

Kinerja Organisasi

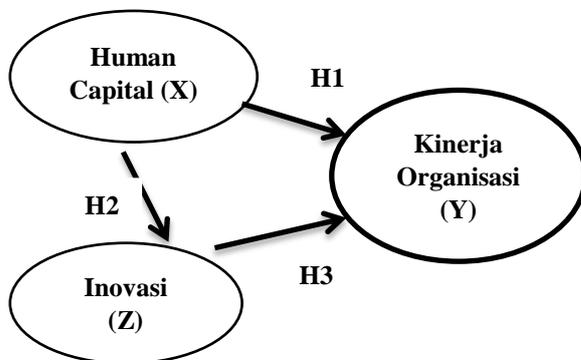
Menurut Suryani dan Foeh (2018) kinerja organisasi merupakan hasil dari proses yang dilakukan oleh individu-individu yang ada di dalamnya berdasarkan perencanaan yang telah ditetapkan. Perusahaan yang ingin menjadi paling kompetitif terhadap pesaing mereka, haruslah menetapkan tujuan dalam meningkatkan kinerjanya. Keberhasilan dari tujuan organisasi tidak hanya dilihat dari peningkatan kinerja keuangan namun juga harus

mempertimbangkan peningkatan; kinerja karyawan, kinerja operasional, maupun kepuasan pelanggan.

Menurut Lusthaus, *et. al.*, (2002) organisasi berkinerja baik ketika menyeimbangkan; efektivitas, efisiensi, dan relevansi berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan yang secara finansial layak.

Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Irshad, *et. al.*, (2018)

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: *Human Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi.

H2: *Human Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi.

H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi.

H4: *Human Capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Organisasi melalui mediasi Inovasi.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha roti dan

sejenisnya yang ada di Kota Pekanbaru yang tidak diketahui jumlahnya. Oleh karena itu, dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu penentuan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Diantara ciri-cirinya adalah:

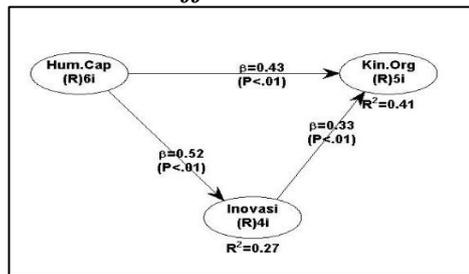
- Usaha yang minimal memproduksi roti dan sejenisnya
- Memiliki minimal lama usaha 1 tahun.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 72 IKM roti dan sejenisnya yang ada di Kota Pekanbaru. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software WarpPLS 6.0*. SEM berbasis kovarian menguji kausalitas, sedangkan PLS lebih bersifat prediktif model. PLS merupakan metode analisis yang tidak didasarkan pada banyaknya asumsi.

HASIL PENELITIAN

Responden dalam penelitian ini sebanyak 72 IKM roti dan sejenisnya yang ada di Kota Pekanbaru. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebar secara langsung maupun media *online*. Hasil pengujian hipotesis penelitian secara jelas diuraikan sebagai berikut:

Gambar 2: Effect Size



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

H1: Human capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa *Human Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi dengan nilai *p-value* $0.001 < 0.05$. Nilai *path coefficient* sebesar 0.430. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada *Human Capital*, maka Kinerja Organisasi akan meningkat sebesar 43% dan begitu pula sebaliknya. Sedangkan *effect size* memiliki nilai sebesar 0.246.

H2: Human Capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa *Human Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi dengan nilai *p-value* $< 0.001 < 0.05$. Nilai *path coefficient* sebesar 0.516. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada *Human Capital*, maka Inovasi akan meningkat sebesar 51.6% dan begitu pula sebaliknya. Sedangkan *effect size* memiliki nilai sebesar 0.266.

H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi

Hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi dengan nilai *p-value* $0.002 < 0.05$. Nilai *path coefficient* sebesar 0.326. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada Inovasi, maka Kinerja Organisasi akan meningkat sebesar 32.6% dan begitu pula sebaliknya. Sedangkan *effect size* memiliki nilai sebesar 0.168.

H4: Human capital berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi melalui mediasi inovasi

Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan uji sobel. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa *Human Capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Organisasi melalui mediasi Inovasi dengan nilai *p-value* $0.008 < 0.05$. Nilai *path coefficient* sebesar 0.168. sedangkan nilai *t* hitung $2.606 > t$ tabel 1.99495.

PEMBAHASAN

Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Organisasi

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan melalui wawancara selama proses penyebaran kuesioner bahwa untuk mencapai tujuan organisasi, pemilik usaha meningkatkan kemampuan karyawannya dengan cara memberikan pelatihan terkait produk usaha roti masing-masing. Pemilik juga mengajak karyawannya untuk ikut serta dalam pelatihan UMKM yang diadakan oleh instansi pemerintahan maupun swasta dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pemilik itu sendiri maupun karyawannya. Tidak hanya itu, pemilik dan karyawan juga sering mendapat pengetahuan baru,

baik dari selama pengalaman mereka dalam bekerja, informasi melalui internet, *sharing* pengetahuan dengan pesaing didalam maupun luar daerah. Kemudian pengetahuan yang mereka dapatkan dibagikan kepada rekan kerja satu sama lain melalui *sharing* informal dan di implementasikan dalam pekerjaan mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irshad, *et. al.*, (2018); Humairoh dan Budi (2019). Tabarsa, *et. al.*, (2014) menyatakan bahwa organisasi sangat bergantung pada pengetahuan dan keterampilan yang sumber daya manusia mereka dapatkan, yang akan berdampak pada pertumbuhan pendapatan serta peningkatan efisiensi dan produktivitas. Sarwar, *et. al.*, (2016) juga menyatakan bahwa kinerja organisasi dapat ditingkatkan dengan menciptakan lingkungan dalam organisasi dimana *Human Capital* ditingkatkan dan praktik *Human Capital* diterapkan dengan baik. Artinya, dengan menerapkan dan meningkatkan *Human Capital* maka Kinerja Organisasi akan meningkat.

Pengaruh *Human Capital* Terhadap Inovasi

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan melalui wawancara selama proses penyebaran kuesioner bahwa dengan keterampilan yang karyawan miliki dan pengetahuan yang karyawan dapatkan, melalui; pelatihan, internet, *sharing* dengan pesaing maupun rekan kerja, memunculkan ide-ide dan kreativitas untuk menciptakan produk baru. Kemudian ide-ide tersebut disarankan kepada pemilik.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irshad, *et. al.*, (2018); Sugiono, *et. al.*, (2019); Dhar, *et. al.*, (2020); Humairoh dan Budi (2019); Djampangau, *et. al.*, (2018) menyatakan bahwa sumber daya manusia memiliki peran penting dalam kelangsungan suatu perusahaan, karena sumber daya manusia secara terus menerus memberikan sumbangan ide dan saran baru bagi produk atau jasa melalui kreativitas. Widjajanti, *et. al.*, (2016) Sumber daya manusia yang kreatif akan menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan yang ada didalam pikirannya yang membiarkan dirinya untuk berpikir luas, bebas dalam membangkitkan hal-hal baru atau menghasilkan gagasan-gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Hal ini berarti, dengan meningkatkan kemampuan *Human Capital* maka kemampuan seseorang dalam menghasilkan ide-ide untuk melakukan Inovasi semakin meningkat.

Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Organisasi

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan melalui wawancara selama proses penyebaran kuesioner bahwa para pelaku usaha tiap minggunya sering melakukan evaluasi untuk memastikan kualitas produk mereka terjaga. Ada yang melakukan evaluasi tiap 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan untuk melihat produk apa saja yang harus dihilangkan, ditingkatkan atau direvisi, serta produk baru apa yang harus diciptakan. Biasanya produk baru yang diciptakan, berdasarkan; *trend*, permintaan konsumen, dan produk

baru dengan dasar produk merupakan ciri khas dari usaha.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Irshad, *et. al.*, (2018); Dhar, *et. al.*, (2020); Humairoh dan Budi (2019); Mauludin (2018) menyatakan bahwa dengan persaingan yang ketat dan lingkungan bisnis yang dinamis, perusahaan harus memantau posisi kompetitif mereka dibandingkan dengan pesaing melalui Inovasi. Menurut Abdilahi, *et. al.*, (2017) perusahaan tidak boleh dibatasi pada ide-ide internal dan jalur pasar, tetapi juga pertimbangkan ide-ide eksternal yang sama pentingnya. Artinya, Kinerja Organisasi akan meningkat jika mampu melakukan Inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengaruh *Human Capital* Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Mediasi Inovasi

Berdasarkan model pengaruh tidak langsung tersebut, diketahui bahwa untuk bisa bersaing dalam dunia bisnis yang kompetitif ini, tiap perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja bisnisnya dengan memenuhi keinginan konsumen yang terus berubah tiap waktunya. Oleh karena itu, perusahaan terus menerus melakukan inovasi untuk menciptakan produk-produk baru. Dalam hal ini perusahaan perlu meningkatkan; pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya agar bisa menciptakan produk-produk yang memenuhi harapan konsumennya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irshad, *et. al.*, (2018); Dhar, *et. al.*, (2020); Sarwar, *et. al.*, (2016); Humairoh dan Budi

(2019); Djampagau, *et. al.*, (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap produk akan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan dengan meningkatkan penjualan yang juga berpengaruh pada profitabilitas perusahaan. Keberhasilan kinerja perusahaan dimulai dari sumber daya manusia yang kreatif dalam melakukan inovasi produk. Dengan inovasi produk yang kreatif, bahkan dalam tahap pematangan siklus hidup produk perusahaan, produk baru atau lini produk dari produk sebelumnya dapat dikembangkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja Organisasi dengan Inovasi sebagai variabel mediasi pada IKM roti di Kota Pekanbaru, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja IKM roti akan meningkat jika mereka menerapkan dan meningkatkan kemampuan *Human Capital*.
2. Dengan meningkatkan kemampuan *Human Capital* maka kemampuan seseorang dalam menghasilkan ide-ide untuk Inovasi semakin meningkat.
3. Kinerja IKM roti akan meningkat jika mereka mampu melakukan Inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
4. Variabel Inovasi dapat memediasi hubungan tidak langsung dari *Human Capital* terhadap Kinerja Organisasi.

Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dikemukakan beberapa saran untuk IKM roti, Pemerintah, dan penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Mengenai variabel *Human Capital*, perusahaan bisa meningkatkan pengetahuan karyawannya dengan memberikan program; pelatihan, *cross-training*, studi banding, serta memberikan fasilitas yang mendukung dalam peningkatan pengetahuan.
2. Karyawan membutuhkan dorongan agar mereka mampu mengelola informasi atau pengetahuan menjadi ide-ide yang akan menguntungkan perusahaan. Dorongan tersebut bisa berupa; motivasi dari atasan, apresiasi, dan insentif.
3. Mengenai variabel Inovasi, perusahaan perlu meningkatkan inovasi berupa kustomisasi produk menggunakan modul, agar terciptanya variasi produk yang tinggi dan kejenuhan konsumen akan suatu produk bisa teratasi.
4. Mengenai variabel Kinerja Organisasi, UMKM perlu meningkatkan efisiensi dalam menggunakan sumber daya keuangan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara:
 - Mengelola Arus Kas. Meskipun penjualan dan *omset* meningkat, tetapi masalah arus kas dapat menghambat pertumbuhan bisnis. biasanya terjadi karena perusahaan tidak bisa memprediksi pengeluaran dan keuntungan di masa depan dengan baik.
 - Rencanakan ulang pendapatan dan pangkas anggaran biaya. Dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini sangat penting untuk merencanakan kembali anggaran biaya. Perusahaan harus dapat memilah pos anggaran mana yang menjadi prioritas dan melakukan penyesuaian *budget*. Dengan begitu *margin* keuntungan dapat terkontrol.
5. Untuk badan yang berkecimpung di dunia pendidikan, harapannya program kerja lapangan yang dilakukan oleh pelajar atau mahasiswa tidak selalu berprioritas untuk usaha besar tetapi juga membantu UMKM, khususnya IKM roti di Kota Pekanbaru.
6. Penelitian selanjutnya bisa menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan juga perlu menambah beberapa variabel baru lainnya yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilahi, Mohamed Hussein, Hassan, Abdikarim Adan, & Muhumed, Muhumed Mohamed, 2017. *The Impact of Innovation on Small and Medium Enterprises Performance: Empirical Evidence From Hargeisa, Somaliland*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol.7(8):14-28.
- Alpkan, Lutfihak, Bulut, Cagri, Gunday, Gurhan, Ulusoy, Gunduz, & Kilic, Kemal,

2010. *Organizational Support for Intrapreneurship and its Interaction with Human Capital to Enhance Innovative Performance*. Management Decision. Vol. 48(5): 732-755.
- Armstrong, Michael, & Taylor, Stephen, 2014. *Armstrong's Handbooks Human Resource Management Practice*. 13th ed. KoganPage.
- Atalay, Murat, Anafarta, Nilgun, & Sarvan, Fulya, 2013. *The Relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry*. Procedia Social and Behavioral Sciences: 226-235.
- Curatman, Aang, Rahmadi, Maulany, Soesanty, & Ikhsani, Mastur Mujib, 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon. Vol 18(3): 61-75.
- Darmanto, Wardaya, Sri FX., & Dwiyani, Titik, 2015. *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi*. 1st ed. Penerbit Deepublish: Yogyakarta.
- Darroch, Jenny, 2005. *Knowledge Management, Innovation and Firm Performance*. Journal of Knowledge Management. Vol. 9(3): 101-115.
- Dhar, Bablu Kumar, Mutalib, Mahazan, & Sobhani, Faid A., 2020. *Effect Of Innovation Capability On Human Capital and Organizational Performance*. International Journal of Advanced Science And Technology. Vol. 29(4): 7074-7087.
- Djampagau, Hariyanto, R. Jatola, Salim, Ubud, Rofiaty, & Wijayanti, Risna, 2018. *The Relationship Of Human Capital, Innovation, And Corporate Performance (A Study Of Small And Businesses In Palu City Central Sulawesi Province)*. KnE Social Sciences: 453-463.
- Dwikurnia, Theodorus Indra & Indriyani, Ratih, 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Pada Populer Bakery Di Sidoarjo*. AGORA. Vol. 4(1): 845-854.
- Endri, 2010. *Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6(2): 179-190.
- Garcia, J.Luis & Aide A.M., 2016. *Just-in-Time Elements and Benefit*. Switzerland: Springer International Publishing.

- Ghozali, Imam, 2013. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., 2010. *Multivariate data analysis: a global perspective*. 7th ed. Pearson Education: New Jersey.
- Heizer, Jay & Render, Barry, 2009. *Manajemen Operasi*. 9th ed. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Herlambang, Ghiffari & Mawardi, Muhammad Kholid, 2017. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM*. Vol. 49 (2): 56-62.
- Humairoh, Budi, Agung, 2019. *Peningkatan Kinerja Penjualan UKM Berbasis Intellectual Capital Dan Inovasi Produk (Studi Pada UKM Di Kota Tangerang, Provinsi Banten)*. Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Indriastuti, Maya, & Arifah, Dista Amalia, 2012. *Peningkatan Kinerja UKM Dengan Pengeolaan Intellectual Capital Dan Inovasi*. Proceeding of Conference in Business, Accounting and Management. Vol. 1(1): 649-661.
- Irshad, Muhammad, Ibrahim, Muhammad, & Mehdi, Muntazir, 2018. *Impact of Human Capital Practices on the Performance of Small and Medium Enterprise's in Pakistan: Examining the Mediating Role of Innovation*. European Journal of Business and Management. Vol. 10(1): 41-49.
- Kiritsis, Dimitris & Gokan, May, 2019. *Smart Sustainable Manufacturing System*. MDPI: Switzerland.
- Lusthaus, Charles, Adrien, Marie-Helene, Anderson, Gary, Carden, Fred, & Montalvan, George Plinio, 2002. *Organizational Assessment: Framework for Improving Performance*. Inter-American Development Bank & International Development Research Centre (Canada).
- Mauludin, Hanif. 2018. *Pengaruh Knowledge Infrastructure Capability dan Knowledge Process Capability Terhadap Product Innovation dan Firm Performance*. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 17(3): 216-230.
- Mustofa, Akhmad, 2013. *Uji Hipotesis Statistik*. Gapura Publishing.com: Yogyakarta.
- Ngatno, E.P., Apriatni & Widayanto. 2016. *Human Capital, Entrepreneurial Capital and SME's Performance of Traditional Herbal Industries in Central Java, Indonesia*:

- The Mediating Effect of Competitive Advantage*. Archives of Business Research. Vol. 3(4): 9-25.
- Octaviani, Shanty (Skripsi). 2012. *Analisis Optimalisasi Produk Roti Pada Marbella Bakery*. Institut Pertanian Bogor.
- Prasojo, Lantip Diat, Mukminin, Amirul & Mahmudah, Fitri Nur. 2017. *Manajemen Strategi Human Capital Dalam Pendidikan*. UNY Press: Yogyakarta.
- Riyanti, Benedicta, Prihatin, Dwi, 2019. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. 1st ed. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya: Jakarta.
- Rofiaty, 2012. *Inovasi & Kinerja: Knowledge Sharing Behaviour Pada UKM*. UB Press: Malang.
- Sarwar, Huma, Khan, Bilal, Nadeem, Kashif, & Aftab, Junaid, 2016. *Human Capital, HRM Practices and Organizational Performance in Pakistani Construction Organizations: The Mediating Role of Innovation*. Archives of Business Research. Vol. 4(6): 72-82.
- Sistem Elektronik Perindustrian Yang Akuntabel Dan Terpadu Provinsi Riau (SEPAT RIAU), <https://sepat.riau.go.id/populasiindustri>, 23 Juni 2021 pada jam 07.10 WIB.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing: Yogyakarta.
- Sofyan, Syaakir. 2017. *Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia*. Bilancia Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum. Bilancia. Vol. 11(1): 33-64.
- Solimun, Fernandes, Adji, Achmad Rinaldo, & Nurjannah, 2017. *Metode Statistika Multivariat Permodelan Persamaan Struktural (SEM): Pendekatan WarpPLS*. UB Press: Malang.
- Sugiono, Edi, Efendi, Suryono, & Sumardi, Rebin, 2019. *Peran Inovasi Sebagai Mediasi Hubungan Antara Modal Intelektual Dengan Keunggulan Bersaing UKM*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. Vol. 4(S1): 543-556.
- Suryani, Ni, Kadek & Foeh, John, E. H. J., 2018. *Kinerja Organisasi*. Penerbit Deepublish: Yogyakarta.
- Suyanto, Aluisius, Hery Pratono. 2014. *The Impact of Entrepreneurship Orientation, Human Capital, and Social Capital on Innovation Success of Small Firms in East Java*. Jurnal Manajemen Teknologi. Vol. 13(1): 117-125.
- Tabarsa, Gholam Ali, Fakhari, Mojtaba, & Hamidian,

- Mohammad, 2014. *Investigation of the role of intellectual capital (human, structural, relational and Innovation capital) on organizational performance using SEM method.* International Journal of Scientific Management And Development. Vol. 2(10): 505-509.
- Tohidi, Hamid & Jabbari, Mohammad Mehdi, 2012. *Product Innovation Performance in Organization.* Procedia Technology. 521-523.
- Trautfler, Gaston & Tschirky, Hugo P., 2007. *Sustained Innovation Management.* 1st ed. Palgrave Macmillan.
- Widjajanti, Kesi, Sugiyanto, Eviatiwi Kusumaningtyas, & Marka, Mira, Meilia, 2016. *Strategi Pengembangan Kinerja Pemasaran Melalui Human Capital Dan Social Capital Dengan Kemampuan Inovasi sebagai Variabel Pemediasi.* Jurnal Dinamika Sosial Budaya. Vol. 18(1): 95-108.