J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.3, April 2025

Peran *Humble Leadership* pada Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner dengan Adopsi Inovasi dan *Organization Learning* Sebagai Variabel Mediasi

Condro Nugroho Permono Adi[1], Nurhidayati[2]
Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
E-mail: condronugrohopa@gmail.com[1], nurhidayati@unissula.ac.id[2]

Article History:
Received: 26 Februari 2025
Revised: 30 Maret 2025
Accepted: 08 April 2025

Keywords: *Innovation Adoption, Humble Leadership, Business Performance, Organization Learning.*

Abstract: *This study aims to analyze the effect of humble leadership on the performance of culinary sector MSME businesses with the adoption of innovation and organizational learning as mediating variables. This type of research is explanatory research. The population is culinary sector MSME business actors in Solo Raya who are registered with the Department of Industry and Micro Business Development in 2024 reaching 1967 MSMEs. A sample of 100 respondents calculated based on the Slovin formula. The instrument in the study was a questionnaire distributed using a Google form via WhatsApp/email messages. Data analysis includes descriptive statistics and Partial Least Square (PLS). The results of the study indicate that humble leadership has a positive and significant effect on the adoption of innovation, humble leadership has a positive and significant effect on business performance, humble leadership has a positive and significant effect on organization learning, innovation adoption has a positive and significant effect on business performance, organization learning has a positive and significant effect on business performance, innovation adoption can mediate the positive and significant effect of humble leadership on business performance and organization learning can mediate the positive and significant effect of humble leadership on business performance.*

Article History:
Received: 26 Februari 2025
Revised: 30 Maret 2025
Accepted: 08 April 2025

Kata Kunci: Adopsi Inovasi, *Humble Leadership,* Kinerja

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis UMKM sektor kuliner dengan adopsi inovasi dan *organization learning* sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Populasi adalah pelaku usaha UMKM sektor kuliner di Solo Raya yang terdaftar dalam Dinas Perindustrian dan Pengembangan Usaha

Bisnis, *Organization Learning.*

Mikro pada tahun 2024 mencapai 1967 UMKM. Sampel sebanyak 100 responden yang dihitung berdasarkan rumus slovin. Instrumen dalam penelitian adalah kuesioner yang disebar menggunakan *google form* melalui pesan *whatsapp/email.* Analisis data meliputi statistik deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi, *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organization learning,* adopsi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, *organization learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, adopsi inovasi mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis dan *organization learning* mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis.

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia saat ini sedang giat – giatnya membangun kembali perekonomian yang sempat mengalami penurunan drastis. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Dengan adanya UMKM ini dapat diharapkan bisa untuk meningkatkan perekonomian. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM ini dapat memberikan dukungan bagi pelaku koperasi dan UMKM dalam rangka menjalankan kegiatan berusahanya. Hal ini tentunya merupakan upaya pemerintah dalam rangka mendukung pengembangan Koperasi Modern dan UMKM untuk naik kelas. Serta mewujudkan koperasi dan UMKM Indonesia yang maju, mandiri, dan berdaya saing serta berkontribusi dalam perekonomian nasional (Chalim et al., 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian Indonesia. UMKM dapat disebut sebagai tulang punggung negara Indonesia yang diharapkan akan mampu mengatasi permasalahan terkait penganggungan, peningkatan pendapatan masyarakat dan devisa negara. UMKM terbukti memberikan kontribusi pendapatan yang signifikan bagi negara. Pada Tahun 2018 tercatat jumlah pelaku UMKM sebanyak 64.194.057 atau 99.99% dibanding jumlah Usaha Besar. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 116.978.631 atau 97% dibanding usaha Besar. UMKM juga telah memberikan kontribusi pendapatan sebesar 5.721.148,1 atau 57.24% dibanding usaha Besar (Depkop, 2018).

Semakin pesatnya perkembangan jumlah UMKM mengharuskan para pelaku usaha untuk mampu bertahan dan siap bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Para pelaku UMKM dituntut untuk terus memperhatikan kinerja usahanya agar dapat tetap bertahan dan unggul dalam persaingan pada saat ini. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Dalam pencapaian tujuan

perusahaan maka kinerja perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Pengukuran aktivitas kinerja perusahaan dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Penilaian kinerja merupakan suatu bentuk refleksi kewajiban dan tanggung jawab untuk melaporkan kinerja, aktivitas dan sumber daya yang telah dipakai, dicapai dan dilakukan (Yuliansyah, 2020). Kinerja yang tinggi dari suatu perusahaan muncul karena beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu *humble leadership* (Luo et al, 2020), adopsi inovasi (Sutarti & Syakhroza, 2019) dan *organization learning* (Mohamad & Nawawi, 2020).

Sistem kepemimpinan dalam perusahaan menjadi bagian penting visi, misi dan tujuan dari organisasi, sehingga tipe kepemimpinan dalam organisasi tidaklah mutlak dan bisa berubah dikarenakan banyaknya karakteristik yang ada dalam sumber daya manusia suatu organisasi (Supardi, 2015). Salah satu model kepemimpinan yang semakin mendapat perhatian dalam beberapa tahun terakhir adalah *humble leadership. Humble leadership* adalah kepemimpinan di mana pemimpin memiliki pandangan yang akurat tentang dirinya sendiri, mengapresiasi kekuatan dan kontribusi anggota, serta selalu mau belajar (Owens & Hekman, 2016).

Humble leadership memiliki korelasi yang erat dengan kinerja perusahaan melalui pembentukan kerendahan hati kolektif dan modal psikologis tim (mediasi sekuensial) (Rego dkk., 2017). *Humble leadership* mengarah pada pendekatan yang lebih manusiawi ditandai dengan sikap transparan, perilaku ramah, mendengarkan apa yang dirasakan oleh para pegawainya, cara mendukung para pegawainya untuk menghindari adanya jarak kekuasaan (Jeung & Yoon, 2018). Pemimpin yang rendah hati juga mampu mengakui kekurangan dan aktif mencari masukan, sehingga dapat terus memperbaiki diri dan berkembang (Liu et al., 2021).

Selain *humble leadership,* faktor lain yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah inovasi. Dalam industri yang semakin kompetitif, termasuk sektor kuliner, inovasi menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup cara-cara baru dalam mengelola bisnis, mengoptimalkan proses produksi, serta memaksimalkan kepuasan pelanggan. Inovasi berkelanjutan memainkan peran penting dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hennemann et al., 2021). Terlebih di sektor kuliner, di mana preferensi konsumen terus berkembang dan berubah, pelaku UMKM dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam menghadirkan produk-produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga mengikuti tren dan selera pasar.

Organization learning (pembelajaran organisasi) memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan kinerja UMKM**.** Kemampuan perusahaan untuk menerapkan *organizational learning* merupakan kemampuan yang sangat strategis bagi perusahaan, karena dengan kemampuan pembelajaran yang tinggi, organisasi dapat beradaptasi dengan cepat pada lingkungan bisnis yang kompleks (Amrul & Hardi, 2018). *Organizational learning* adalah proses belajar organisasi secara terus menerus yang meningkatkan kapasitas organisasi untuk menciptakan hasil yang diinginkan (Senge, 2016). Proses pembelajaran yang berkelanjutan di dalam organisasi memungkinkan UMKM untuk terus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan menerapkan praktik *organizational learning*, UMKM dapat mengidentifikasi peluang baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan produk atau layanan yang lebih inovatif (Nisa & Larassaty, 2024).

Organizational learning terjadi proses *sharing knowledge* antar karyawan yang satu dengan yang lainnya. Dengan demikian ilmu yang awalnya hanya dimiliki oleh satu orang, sekarang semua karyawan dapat memahaminya melalui pelaksanaan *organizational learning* (Mohamad & Nawawi, 2020). Sehingga ilmu-ilmu penting yang dimiliki karyawan yang menjadi *competitive advantage* organisasi tidak hilang jika karyawan yang memilikinya resign dari organisasi

(Tarigan, 2019). Hal ini pada gilirannya akan memperkuat kemampuan UMKM dalam menyelesaikan masalah, mengambil keputusan yang lebih baik, dan mencapai tujuan strategisnya. Dengan kata lain, *organizational learning* menjadi fondasi bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Literatur yang ada terkait pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja, memperlihatkan hasil yang tidak konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh terhadap kinerja organisasi (Ding et al, 2020, 2021; Chandler et al, 2022), disisi lain ditemukan hasil penelitian yang menyatakan *humble leadership* tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja (Yang, Shen & Ma, 2022; Hasan et al, 2023).

Penurunan jumlah UMKM sektor kuliner merupakan imbas dari penurunan kinerja, sehingga tidak mampu bertahan dan berakhir pada penutupan bisnis. Diketahui pada tahun 2020 terdapat 2.442 UMKM, kemudian pada tahun 2021 terjadi banyak UMKM yang tutup akibat covid, sehingga terdapat 1.632 UMKM, pada tahun 2022 jumlah UMKM sektor kuliner kembali meningkat menjadi 2.011 UMKM, namun pada tahun 2023 kembali terjadi penurunan, dimana terdapat 1.926 UMKM.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang ada, maka pada penelitian ini dilakukan dan sebagai solusi ditambahkan variabel adopsi inovasi dan *organization learning* sebagai mediasi. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul" Peran *Humble Leadership* Pada Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner dengan Adopsi Inovasi dan *Organization Learning* Sebagai Variabel Mediasi".

KAJIAN PUSTAKA

Kinerja Bisnis

Kinerja merupakan pengukuran secara berkala terhadap efektifitas kegiatan organisasi, bagian organisasi dan anggota organisasi berdasarkan tujuan, standar dan ketentuan yang telah ditetapkan (Mulyadi, 2016). Namun, menurut Hasibuan (2017) mengatakan kinerja merupakan sebuah pencapaian yang telah dilakukan oleh setiap anggota organisasi dalam mengerjakan tugas yang telah diberikan kepadanya yang dilandasi oleh kemampuan, pengalaman, dan kerja keras serta manajemen waktu yang baik.

Organization Learning

Organization learning adalah sebuah organisasi yang memfasilitasi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan peningkatan pengetahuan dan kompetensi seluruh anggota organisasi yang dilakukan secara terus menerus untuk transformasi diri (Marquardt, 2017). Marsick dan Watkins (2018) mendefinisikan *organization learning* sebagai organisasi yang secara terus menerus belajar dan bertransformasi untuk meningkatkan kapasitasnya dengan menyediakan kegiatan maupun sistem yang berkaitan dengan peningkatan pengetahuan anggota organisasi dan mendorong anggota organisasi membangun tim belajar bersama.

Adopsi Inovasi

Inovasi menurut Rogers (2018) merupakan suatu ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengadopsi. Suatu ide dilihat secara objektif sebagai sesuatu yang baru diukur dengan waktu ide itu digunakan atau ditemukan. Sesuatu ide dianggap baru ditentukan oleh reaksi seseorang, jika suatu dilihat sebagai sesuatu yang baru oleh seseorang maka disebut inovasi. Adopsi merupakan proses penerimaan inovasi dan atau perubahan perilaku baik yang berupa: pengetahuan (*cognitive*), sikap (*affective*), maupun keterampilan

(*psychomotoric*) pada diri seseorang setelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh oleh masyarakat sasarannya (Mardikanto, 2019).

Humble Leadership

Vera dan Rodriguez-Lopez (2014) menganggap karakter *humble* sebagai kekuatan penting bagi para pemimpin dan organisasi yang memilikinya, dan merupakan kelemahan berbahaya bagi mereka yang tidak memilikinya. Owens dan Hekman (2016) mengatakan, *humble leadership* atau kepemimpinan yang rendah hati memiliki makna memimpin dari bawah atau menggerakan dari bawah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis data penelitian kuantitatif melalui survei. Survei tersebut dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terstruktur dan diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik (Sugiyono, 2018). Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yaitu penelitian yang membuktikan adanya sebab akibat dan hubungan yang mempengaruhi atau dipengaruhi dari dua atau lebih variabel yang diteliti (Arikunto, 2018). Tujuan dari *explanatory research* untuk menguji hipotesis-hipotesis dan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu peran humble leadership pada kinerja bisnis UMKM sektor kuliner dengan adopsi inovasi dan organization learning sebagai variabel mediasi.

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap. Dengan kata lain populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek atau individu yang sedang dikaji (Sugiyono, 2018). Sehingga berdasarkan teori tersebut maka populasi di dalam penelitian ini adalah pelaku usaha atau wirausahawan UMKM sektor kuliner di Solo Raya dengan jumlah yang terdaftar dalam Dinas Perindustrian dan Pengembangan Usaha Mikro pada tahun 2024 mencapai 1967 UMKM.

Sampel adalah subjek dari unsur populasi, yang paling mendasari unit tentang data mana yang dikumpulkan (Sugiyono, 2018). Pengambilan sampel adalah pemilihan kasus untuk mewakili seluruh populasi. Besar sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel
N : Jumlah populasi (1967)
e : Batas toleransi kesalahan (0,1)

Secara rinci besar sampel dapat dihitung menggunakan rumus tersebut, yaitu:

$$n = \frac{1967}{1 + 1967\,(0{,}1^2)}$$

$$n = \frac{1967}{20{,}67}$$

$$n = 95{,}2 \approx 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Perhitungan diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100

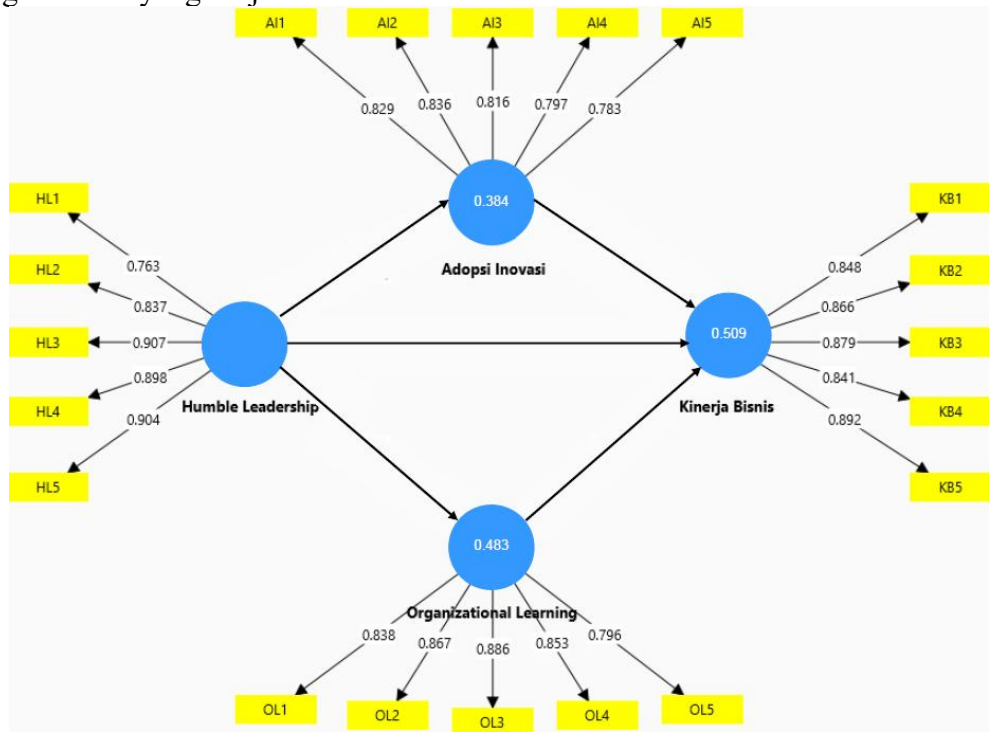
UMKM sektor kuliner di Solo Raya. Sampel dalam penelitian ini yaitu:
1. UMKM yang memiliki banyak karyawan
2. UMKM sektor kuliner yang memiliki skala besar di Solo Raya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi terhadap outer model digunakan untuk melihat hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifesnya (*measurement model*). Berikut ini adalah sekema model program PLS yang diujikan:



Gambar 1. Full Model Struktural *Partial Least Square*

Berdasarkan gambar diatas, berikut ini disajikan tabel *loading factor* yang telah diproses, sebagai berikut:

Tabel 1. Evaluasi *Loading Factor*

Variabel	Indikator	*Loading Factor*	Keterangan
Humble Leadership	HL1	0.763	Valid
	HL2	0.837	Valid
	HL3	0.907	Valid
	HL4	0.898	Valid
	HL5	0.904	Valid
Adopsi Inovasi	AI1	0.829	Valid
	AI2	0.836	Valid
	AI3	0.816	Valid
	AI4	0.797	Valid
	AI5	0.783	Valid

Variabel	Indikator	*Loading Factor*	Keterangan
Organizational Learning	OL1	0.838	Valid
	OL2	0.867	Valid
	OL3	0.886	Valid
	OL4	0.853	Valid
	OL5	0.796	Valid
Kinerja Bisnis	KB1	0.848	Valid
	KB2	0.866	Valid
	KB3	0.879	Valid
	KB4	0.841	Valid
	KB5	0.892	Valid

Tabel diatas menunjukan hasil perhitungan *loading factor* dan hasil yang didapatkan menunjukan bahwa nilai *loading factor* sudah diatas 0,70 sehingga indikator telah memenuhi syarat untuk mengevaluasi outer model. Dalam PLS terbagi menjadi dua yaitu *discriminant Validity* (*cross loading*, AVE, *Fornell larckelracted criterion*) dan uji reliabilitas, dengan hasil dijelaskan sebagai berikut:

Discriminan Validity

Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya. Berikut ini adalah nilai *cross loading* masing-masing indikator:

Tabel 2. Nilai *Cross Loading*

Indikator	**Variabel**				**Keputusan**
	AI	**HL**	**KB**	**OL**	
AI1	0.829	0.417	0.404	0.410	AI1 (AI > HL, KB, OL = valid)
AI2	0.836	0.295	0.458	0.555	AI2 (AI > HL, KB, OL = valid)
AI3	0.816	0.366	0.480	0.472	AI3 (AI > HL, KB, OL = valid)
AI4	0.797	0.338	0.393	0.545	AI4 (AI > HL, KB, OL = valid)
AI5	0.783	0.321	0.387	0.456	AI5 (AI > HL, KB, OL = valid)
HL1	0.286	0.763	0.355	0.417	HL1 (HL > AI, KB, OL = valid)
HL2	0.332	0.837	0.328	0.399	HL2 (HL > AI, KB, OL = valid)
HL3	0.456	0.907	0.433	0.496	HL3 (HL > AI, KB, OL = valid)
HL4	0.399	0.898	0.390	0.474	HL4 (HL > AI, KB, OL = valid)
HL5	0.360	0.904	0.372	0.501	HL5 (HL > AI, KB, OL = valid)
KB1	0.427	0.332	0.848	0.546	KB1 (KB > AI, HL, OL = valid)
KB2	0.431	0.385	0.866	0.616	KB2 (KB > AI, HL, OL = valid)
KB3	0.537	0.439	0.879	0.692	KB3 (KB > AI, HL, OL = valid)
KB4	0.451	0.319	0.841	0.551	KB4 (KB > AI, HL, OL = valid)
KB5	0.407	0.402	0.892	0.597	KB5 (KB > AI, HL, OL = valid)
OL1	0.491	0.481	0.602	0.838	OL1 (OL > AI, HL, KB = valid)
OL2	0.475	0.469	0.574	0.867	OL2 (OL > AI, HL, KB = valid)
OL3	0.611	0.456	0.600	0.886	OL3 (OL > AI, HL, KB = valid)
OL4	0.488	0.515	0.632	0.853	OL4 (OL > AI, HL, KB = valid)
OL5	0.473	0.312	0.549	0.796	OL5 (OL > AI, HL, KB = valid)

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator

pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing. Selain mengamati nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus > 0,5 untuk model yang baik.

Tabel 3. *Average Variance Extracted* (AVE)

No.	Variabel	AVE	Keterangan
1	Adopsi Inovasi	0.660	Valid
2	*Humble Leadership*	0.746	Valid
3	Kinerja Bisnis	0.749	Valid
4	*Organizational Learning*	0.720	Valid

Berdasarkan tabel di atas, nilai AVE pada variabel adopsi inovasi sebesar (0,660), *humble leadership* (0,746), kinerja bisnis (0,749) dan *organizational learning* (0,720) >0,5 sehingga *discriminant validity* terpenuhi. Metode lain yang digunakan untuk menilai *discriminant validity* adalah *Fornel Larcker criterion* dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk.

Tabel 4. *Fornell Larckel Criterion*

Variabel	AI	HL	KB	OL
Adopsi Inovasi	0.813			
Humble Leadership	0.429	0.864		
Kinerja Bisnis	0.524	0.437	0.865	
Organizational Learning	0.598	0.532	0.699	0.849

Berdasarkan tabel di atas, nilai akar AVE masing-masing variabel yaitu adopsi inovasi sebesar (0,813), *humble leadeship* (0,864), kinerja bisnis (0,865) dan *organizational learning* (0,849) lebih besar dibandingkan akar AVE korelasinya dengan variabel lain yang ada di bawahnya sehingga diskriminan validitasnya terpenuhi.

Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* yang disajikan sebagai berikut:

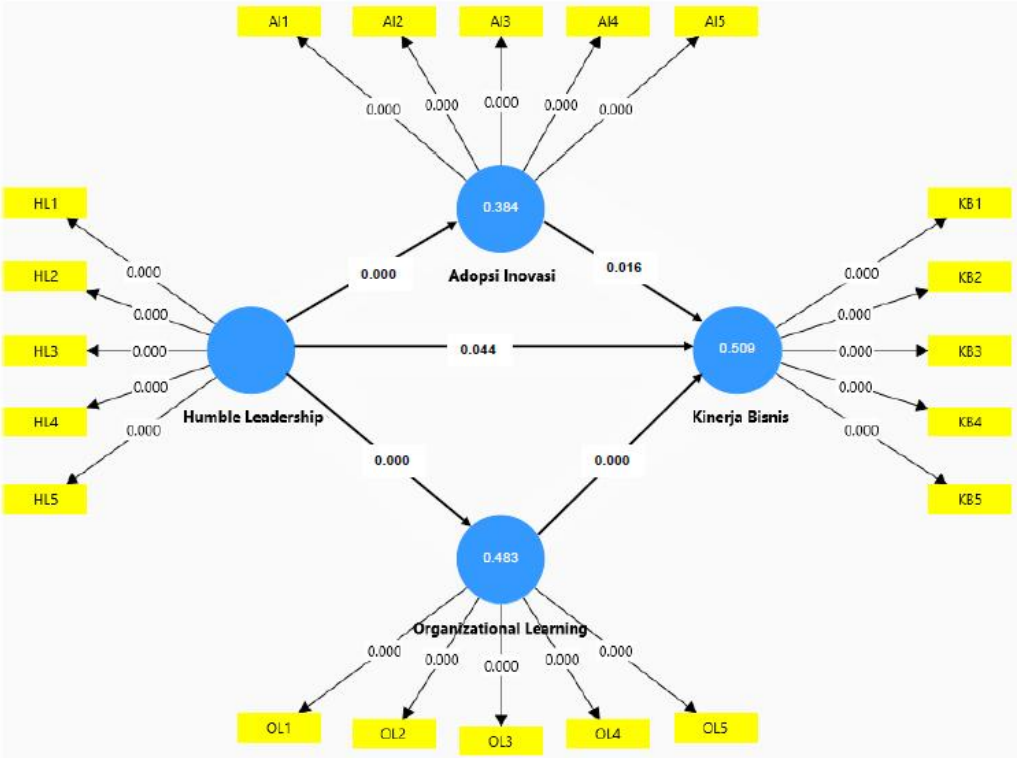
Tabel 5. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Variabel	*Composite Reliability*	*Cronbach Alpha*	Keterangan
Adopsi Inovasi	0.874	0.871	Reliabel
Humble Leadership	0.923	0.914	Reliabel
Kinerja Bisnis	0.822	0.916	Reliabel
Organizational Learning	0.907	0.903	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas nilai *composite reability* setiap variabel laten adalah ≥ 0,7 sehingga model dinyatakan memiliki reabilitas yang tinggi. Nilai *cronbach alpha* sebesar ≥ 0,60 yang berarti indikator variabel-variabel tersebut reliable.

Pengujian Evaluasi Inner Model

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk variabel. Eksogen dan nilai koefisien path untuk variabel endogen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai t-statistic setiap path. adapun model structural penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Full Model Struktural *Partial Least Square* (*Inner Model*)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan mengenai hasil Rsquare (R^2), f-square (F^2), uji *goodness of fit*, uji hipotesis (*path coefficient* dan *Spesific Indirect Effect*)

***R-square* (R^2)**

Hasil dari SmartPLS 4 Seluruh varian dalam konstruk yang dijelaskan oleh model diwakili oleh *R-Square*. Keluaran dari penentuan nilai *R-Squares* ditunjukkan berikut ini:

Tabel 6. Nilai *R-Square*

No	Variabel	*R-Squares adjusted*
1	Adopsi Inovasi	0.376
2	Kinerja Bisnis	0.494
3	*Organizational Learning*	0.476

Tabel diatas menjelaskan bahwa variabel adopsi inovasi memiliki nilai *r-square adjusted* sebesar 0,376 ini dapat diartikan bahwa pengaruh *humble leadership* terhadap kepuasan adopsi inovasi adalah sebesar 37,6%. Nilai *r-square adjusted* pada variabel *organizational learning* sebesar 0,476, hal ini berarti pengaruh *humble leadership* terhadap *organizational learning* adalah sebesar 47,6%. Nilai *r-square adjusted* pada variabel kinerja bisnis sebesar 0,494, hal ini berarti pengaruh *humble leadership,* adopsi inovasi dan *organizational learning* terhadap kinerja bisnis adalah sebesar 49,4%.

***F-Square* (F^2)**

Kriteria nilai F^2 ini terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu 0,02 (kecil/buruk); 0,15 (sedang/cukup); dan 0,35 (Besar/baik) (Setiaman, 2023). Berikut hasil uji F*square* pada penelitian ini:

Tabel 7. Nilai *F-Square*

Hubungan Variabel	*f-Squares*	Pengaruh subtantif
AI -> KB	0.230	Cukup
HL -> AI	0.226	Cukup
HL -> KB	0.156	Cukup
HL -> OL	0.396	Besar
OL -> KB	0.364	Besar

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat pengaruh subtantif yang besar terjadi pada variabel *humble leadership* terhadap *organizational learning* (0,396), dan *organizational learning* terhadap kinerja bisnis (0,364). Sedangkan pengaruh subtantif cukup besar terjadi pada variabel adopsi inovasi terhadap kinerja bisnis (0,230), *humble leadership* terhadap adopsi inovasi (0,226) dan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis (0,156).

Goodness of Fit

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smart PLS 4.0, diperoleh nilai SRMR, d_ULS, d_G, chi square dan NFI

Tabel 8. Hasil Uji *Goodness of Fit Model*

No	Struktural Model	Cut-Off Value	Estimated	Keterangan
1	SRMR	< 0,10	0,079	Fit
2	d_ULS	> 0,05	2,955	Fit
3	d_G	> 0,05	0,675	Fit
4	Chi-Square	< 0,05	333,154	Fit
5	NFI	Mendekati 1	0,795	Fit

Berdasarkan hasil uji *goodness of fit model* PLS pada tabel di atas menunjukkan model *acceptable* fit. Sehingga model tersebut memiliki kesesuaian.

Uji Hipotesis (*Path Coeffisien*)

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai T-Statistics dan nilai P-Values.

Tabel 9. *Path Coeffisien*

Hipotesis		**Original Sample (O)**	**T Statistik**	**P values**	**Keputusan**
1	*Humble Leadership* -> Adopsi Inovasi	0.429	4.707	0.000	H1 diterima
2	*Humble Leadership* -> Kinerja Bisnis	0.267	2.166	0.044	H2 diterima
3	*Humble Leadership* -> *Organization Learning*	0.532	7.323	0.000	H3 diterima
4	Adopsi Inovasi -> Kinerja Bisnis	0.354	2.884	0.016	H4 diterima

5	*Organization Learning* -> Kinerja Bisnis	0.571	5.690	0.000	H5 diterima

Berdasarkan sajian data pada tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa dari lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh *humble leadership* terhadap adopsi inovasi
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample* yang membentuk pengaruh *humble leadership* terhadap adopsi inovasi adalah 0,429 sedangkan nilai P-Values 0,000 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (4,707) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis pertama, yaitu *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi.
b. Pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample* yang membentuk pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis adalah 0,267 sedangkan nilai P-Values 0,044 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (2,166) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis kedua, yaitu *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.
c. Pengaruh *humble leadership* terhadap *organization learning*
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample* yang membentuk pengaruh *humble leadership* terhadap *organization learning* adalah 0,532 sedangkan nilai P-Values 0,000 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (7,323) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis ketiga, yaitu *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organization learning*.
d. Pengaruh adopsi inovasi terhadap kinerja bisnis
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample* yang membentuk pengaruh adopsi inovasi terhadap kinerja bisnis adalah 0,354 sedangkan nilai P-Values 0,016 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (2,884) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis keempat, yaitu adopsi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.
e. Pengaruh *organization learning* terhadap kinerja bisnis
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample* yang membentuk pengaruh *organization learning* terhadap kinerja bisnis adalah 0,571 sedangkan nilai P-Values 0,000 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (5,690) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis kelima, yaitu *organization learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

Pembuktian Variabel Mediasi

Untuk melihat mediasi yaitu dengan cara membandingkan nilai *direct effect* dengan *indirect effect* maka dapat dikatakan bahwa variabel mediasi tersebut mempunyai pengaruh secara tidak langsung dalam hubungan kedua variabel tersebut. Berikut adalah tabel untuk melihat mediasi antar variabel.

Tabel 10. *Spesific Indirect Effect*

Hipotesis		Original Sample (O)	T Statistik	P values	Keputusan
1	*Humble Leadership* -> Adopsi Inovasi -> Kinerja Bsinis	0.266	2.146	0.025	H6 diterima
2	*Humble Leadership* -> *Organization Learning* -> Kinerja Bsinis	0.304	4.729	0.000	H7 diterima

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis melalui adopsi inovasi
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample spesific indirect effect* adalah 0,266 sedangkan nilai P-Values 0,025 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (2,146) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis keenam yaitu adopsi inovasi mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis.
b. Pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis melalui *organization learning*
   Hasil uji hipotesis, diketahui bahwa nilai *original sample spesific indirect effect* adalah 0,304 sedangkan nilai P-Values 0,000 < 0,05 dan/atau nilai T-Statistics positif (4.729) > 1,96 hasil ini mendukung hipotesis ketujuh, yaitu *organization learning* mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis.

Pembahasan

Pengaruh *Humble Leadership* terhadap Adopsi Inovasi pada UMKM Sektor Kuliner

Penelitian ini menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi. *Humble leadership* disebut sebagai atribut interpersonal seorang pemimpin yang membantunya berkomunikasi dengan karyawannya. *Humble leadership* sebagai sifat perilaku pribadi seorang pemimpin yang memungkinkannya menilai bawahannya tanpa menempatkan mereka dalam pandangan yang baik atau buruk, menunjukkan bahwa ia memiliki pandangan diri yang praktis, dapat diandalkan, dan tidak defensif (Ding et al., 2020).

Humble leadership menyediakan lingkungan yang nyaman dan ramah bagi bawahannya untuk mengekspresikan masalah mereka dengan bebas (Liu et al., 2017). *Humble leadership* menerima ide-ide segar dari staf mereka dan dapat menanamkan kepercayaan diri, kerja sama, dan kreativitas di tempat kerja mereka (Rego et al., 2019). Sehingga pemimpin yang menerapkan *humble leadership* dapat menciptakan suatu adopsi inovasi pada usahanya untuk memenuhi kebutuhan pasar/konsumen (Jeung & Yoon, 2018).

Lebih jauh, Kepemimpinan yang *humble* memberikan kebebasan kepada karyawannya dan memberi perhatian kepada setiap anggota tim. Karena kebebasan ini, anggota tim menganggap diri mereka sebagai faktor penting untuk mencapai keberhasilan bisnis dan bekerja dengan dedikasi penuh untuk mencapai tujuan, sehingga dengan ini hal ini muncul adopsi inovasi dengan banyak gagasan dan ide baru terhadap produk kuliner yang disukai pasar atau menciptakan produk baru yang lebih baik dari competitor lainnya (Ali et al., 2021).

Sifat rendah hati (*humility*) adalah kebersediaan untuk menerima keterbatasan diri dan kesadaran diri yang dalam (*deep self-awareness*) dan kemampuan untuk memahami sesuatu secara lebih luas dalam konteks yang lebih besar (Kerr, 2017). Dengan lingkungan UMKM sektor kuliner yang semakin bergejolak dan kompetisi yang semakin tinggi semakin banyak pemimpin menyadari bahwa mereka harus mendorong untuk menjadi usaha yang inovatif (Gilson *et al.*, 2019), karena inovasi bermanfaat untuk kinerja bisnis (Baas *et al.*, 2008) dan diakui sebagai hal penting untuk keunggulan kompetitif suatu perusahaan (Jeong & Shin, 2019). Penelitian ini sejalan dengan Jiang, Liu dan Jia (2019) menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh terhadap adopsi inovasi.

Pengaruh *Humble Leadership* terhadap Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner

Penelitian ini menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kerendahan hati cenderung menjadi sifat penting dari seorang pemimpin yang baik, hal itu dapat menyebabkan kepercayaan karyawan pada kemampuan pemimpin dalam suatu perusahaan (Yuan et al., 2018). Penelitian menyatakan bahwa *humble leadership* akan menjadi keharusan bagi pemimpin untuk menjalankan bisnis dengan sukses.

Humble leadership adalah pendekatan kepemimpinan dari bawah ke atas yang dicirikan sebagai kesadaran diri pemimpin, penghargaan atas kontribusi dan upaya karyawan, konseling bawahan, sikap reseptif, keterbukaan terhadap ide-ide baru dan umpan balik (Zhou et al., 2021). Pada sektor UMKM gaya kepemimpinan ini (*humble leadership*) berdampak pada kondisi psikologis karyawan dan sebagai hasilnya, karyawan dapat menggambarkan loyalitas dan komitmen (Ali et al., 2021). Akibatnya, pemimpin yang *humble* dapat mendorong sifat-sifat yang dapat menciptakan rasa tanggung jawab di antara karyawan sehingga meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM (Hassan et al, 2023).

Secara teori *humble leadership* dapat meningkatkan kinerja bisnis berdasarkan model motivasi aktif, dimana *humble leadership* sebagai salah satu jenis gaya kepemimpinan yang merupakan faktor lingkungan penting yang memengaruhi kinerja layanan proaktif karyawan. Kepemimpinan yang rendah hati dapat menjadi motivasi karyawan untuk melakukan layanan proaktif, menghasilkan emosi positif yang tinggi di antara individu, dan bersifat subjektif dalam melakukan perilaku layanan proaktif, sehingga meningkatkan kinerja layanan bisnis (parker, Bindl & Strauss, 2020).

Pemimpin yang *humble* mampu melihat kekurangan mereka sendiri secara objektif, memiliki keberanian untuk mengakui kesalahan mereka sendiri, dan mendorong karyawan untuk secara aktif mengeksplorasi, berani mencoba, dan memiliki sikap inklusif terhadap kesalahan (Wang et al, 2022). Hal ini memungkinkan karyawan untuk mengevaluasi secara independen "apakah mereka melakukan tindakan transformatif untuk masa depan mereka sendiri," setelah itu mereka menemukan bahwa mereka dapat memiliki rasa efikasi diri yang tinggi, memiliki tingkat kelayakan tertentu, dan dapat mengendalikan konsekuensi dari perilaku mereka. Pada titik ini, karyawan cenderung menghasilkan perilaku layanan proaktif yang kuat dan berkelanjutan untuk masa depan organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Pengaruh *Humble Leadership* terhadap *Organization Learning* UMKM Sektor Kuliner

Humble leadership merupakan suatu pendekatan dari pemimpin yang hangat dan ramah terhadap pekerjanya dan memperlakukan mereka dengan hormat. Pemimpin yang *humble* mencari nasihat dari bawahannya untuk menghilangkan jarak kekuasaan (Walters & Diab, 2016). *Humble leadership* bersifat kolaboratif; pemimpin tertarik untuk mendengar ide-ide stafnya dan mempraktikkannya (Ou et al., 2014). Karyawan dapat merasa bebas dan nyaman sebagai hasil dari perilaku yang rendah hati dan ramah tersebut.

Pemimpin yang *humble* selalu merasa perlu untuk melakukan pengembangan diri dengan belajar dan terbuka pada *feedback* dari orang lain Oleh karena itu, pemimpin yang rendah hati cenderung ramah dan mudah membangun komunikasi dua arah dengan anggota (Zhong et al., 2019). Sehingga terjadi proses *sharing knowledge* antar pemimpin dengan karyawan dan karyawan yang satu dengan yang lainnya. Dengan demikian ilmu yang awalnya hanya dimiliki oleh satu orang, sekarang semua karyawan dapat memahaminya (Mohamad & Nawawi, 2020). Cara ini mengisyaratkan, *humble leadership* selalu berlaku adil, memiliki empati yang tinggi, dan mau mendengarkan karyawan, sehingga terjadi transfer pengetahuan dan pada akhirnya kinerja bisnis UMKM dapat ditingkatkan (Tarigan, 2019). Penelitian Remy (2024) dan Al-Hawamdeh (2022) menunjukkan bahwa *organization learning* dapat memediasi pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja proyek.

Humble leadership merangsang *growth need strength* karyawan, yaitu dorongan untuk terus belajar dan berkembang (Wang et al, 2018). *Humble leadership* membantu bawahannya mencapai potensi terbesar mereka, baik sebagai tim maupun sebagai individu (Argandona, 2015). Pemimpin yang *humble* mengenali dan mencoba memenuhi tuntutan khusus bawahannya

(Kesebir, 2019). Kepemimpinan yang *humble*, memiliki korelasi positif dengan interaksi sosial pemimpin-pengikut dan meningkatkan interaksi sosial pengikut dan modal sosial pribadi (Ruiz-Palomino et al., 2021) dengan hal ini transfer ilmu (*organization learning*) terbentuk (deLara & Ruiz-Palomino, 2019). Pemimpin yang rendah hati mampu mengembangkan berbagai aspek fitur kerja tim di antara bawahannya seperti komunikasi antar tim, kohesi, dan penyelesaian konflik di antara anggota tim (Ou et al., 2018). Penelitian Zadaen (2020) menunjukkan bahwa *humble leadership* berpengaruh terhadap *organizational learning.*

Pengaruh Adopsi Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner

Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Adopsi inovasi adalah proses baik penciptaan model bisnis baru, atau modifikasi (melibatkan setidaknya satu elemen) dari model bisnis yang ada (Ammirato, Linzalone & Felicetti, 2022). Adopsi inovasi bertujuan untuk menciptakan dan menangkap nilai dengan cara baru dan memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baru atau tersembunyi yang tidak terpuaskan.

UMKM sektor kuliner yang tertarik untuk adopsi inovasi akan fokus pada aktivitas yang meningkatkan kapasitas mereka untuk melakukannya. Kapasitas ini dapat mendorong UMKM untuk terus meningkatkan dan dengan demikian dapat menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik. Adopsi inovasi pada penelitian ini merupakan suatu proses kebaruan atau modifikasi produk kuliner yang sesuai dengan trend yang disukai konsumen, sehingga menciptakan produk yang lebih disukai pelanggan dibandingkan dengan produk pesaing (Hurley & Hult, 2018).

Adopsi inovasi mengacu pada penciptaan ide – ide baru mengenai produk, layanan, dan proses (Zhou and Ren, 2022) dimana ciptaan yang baru tidak harus baru bagi dunia tetapi mengandung nilai potensial bagi organisasi. Semakin karyawan terlibat dalam proses inovatif semakin besar kemungkinan mereka menghasilkan kinerja bisnis yang optimal (Zhang & Bartol, 20120). Penelitian menunjukkan peningkatan kinerja bisnis dapat terjadi jika seorang karyawan bersedia meluangkan waktu dan ada upaya untuk mengidentifikasi masalah secara menyeluruh, mencari informasi yang lebih luas, dan menghasilkan ide dari berbagai perspektif dengan terlibat dalam proses inovatif (Tomanda & Yulianti, 2021).

Pengaruh *Organization Learning* terhadap Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner

Penelitian ini menunjukkan bahwa *organization learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. *Organization learning* adalah organisasi dengan filosofi dan resolusi untuk menciptakan solusi dan hasil yang berkelanjutan, serta untuk mengintegrasikan dan bertukar perspektif dengan mitra dalam rangka mempromosikan organisasi (Khunsoonthornkit & Panjakajosak, 2018). Budihardjo (2017) *organization learning* sebagai sekelompok manusia yang secara terus menerus mendorong kapasitasnya untuk menciptakan apa yang mereka ingin ciptakan.

Organization learning sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk mewujudkan kinerja bisnis sesuai dengan tujuan perusahaan. melalui proses *organization learning* berkaitan dengan aktivitas pemerolehan, pentransferan, penyimpanan dan pencarian kembali pengetahuan untuk mendukung penciptaan pengetahuan sebagai dasar untuk melahirkan inovasi, sehingga mendukung pencapaian kinerja organisasi secara optimal (Harimau, Pio & Tumbel, 2021).

Organization learning menjadi wadah dalam mendukung proses belajar karyawan dalam mengembangkan pengetahuannya, sehingga dapat dikatakan bahwa *organization learning* dapat memengaruhi bahkan meningkatkan kinerja bisnis UMKM, karena karyawan telah diberdayakan pengetahuannya melalui *organization learning* yang dilakukan oleh UMKM. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggara *et al.* (2019) *learning organization* menjelaskan

proporsi yang cukup besar dari kinerja bisnis, artinya *learning organization* berpengaruh terhadap kinerja. Begitu pula dengan hasil penelitian oleh Safitri *et al*. (2018) yang menunjukkan bahwa *organization learning* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh *Humble Leadership* terhadap Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner melalui Adopsi Inovasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi inovasi mampu memediasi pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis. Pemimpin yang *humble* mengagumi usaha dan kontribusi karyawannya, dan mereka siap untuk menasihati bawahan mereka tentang masalah yang tidak mereka pahami untuk meningkatkan rasa harga diri karyawan dan mendorong mereka untuk berbuat lebih banyak (Zhou et al., 2021). Gaya kepemimpinan seorang pemimpin dapat berdampak pada kondisi psikologis karyawan. Karena kepemimpinan yang rendah hati bersifat transparan dan inklusif, bawahan dapat merasa bebas dan aman (Ali et al., 2021). Pemimpin yang *humble* terbuka terhadap masukan dan pandangan karyawan mereka. Hasilnya, pada sektor UMKM karyawan sepenuhnya menyumbangkan inovasi melalui ide dan gagasan mereka mengenai mereka kepada perusahaan (Rhoades et al., 2001) dengan hal tersebut dapat berdampak pada kinerja bisnis dengan karyawan bekerja dengan komitmen penuh.

Menurut McDonough (2020), salah satu elemen terpenting yang berkontribusi terhadap kinerja bisnis adalah adopsi inovasi. Manajemen yang lebih tinggi harus memperhatikan kepuasan, dedikasi, dan keyakinan pemimpin terhadap bisnis dan organisasi, karena faktor-faktor ini sangat penting bagi kinerja bisnis (Rezvani et al., 2016). Studi Dinc dan Nurovic (2016) melaporkan bahwa ada hubungan yang baik dan kuat antara kepemimpinan dan adosi inovasi. Selain itu, *humble leadership* umumnya memiliki karakter moral yang tinggi (Owens & Hekman, 2012) dan nilai-nilai moral tersebut menghasilkan adopsi inovasi yang baik (Lleo et al., 2023). Selain itu, ketika seorang pemimpin yang *humble*, ia akan menumbuhkan keterbukaan yang dapat menjadi kunci bagi karyawan untuk menjadi inovatif dan mencapai kinerja bisnis yang optimal (Lleo et al., 2021).

Pemimpin yang *humble* dapat berpikiran terbuka dan objektif tentang ide dan perspektif baru. Suasana organisasi yang inklusif ini memberi karyawan alasan untuk melakukan upaya mereka sendiri untuk pengembangan organisasi. Misalnya, mereka dapat memprediksi perubahan kebutuhan pelanggan, secara mandiri menemukan cara untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan terus-menerus mempromosikan strategi perbaikan, kemudian, mereka akan melakukan beberapa perilaku layanan proaktif, dengan demikian terus-menerus meningkatkan tingkat kinerja bisnis. Oleh karena itu, pemimpin yang *humble* dapat mengenali kekurangan mereka sendiri, secara aktif mengakui kekuatan bawahan mereka, dan berpikiran terbuka. Jadi, mereka dapat secara efektif merangsang perilaku layanan proaktif karyawan yang otonom, berwawasan ke depan, dan berkelanjutan, kemudian, mereka dapat menghasilkan hasil kinerja bisnis yang baik.

Pengaruh *Humble Leadership* terhadap Kinerja Bisnis UMKM Sektor Kuliner melalui *Organization Learning*

Penelitian ini menunjukkan bahwa *organization learning* mampu memediasi pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis. Pemimpin yang *humble* dapat mempercayai kemampuan bawahannya, menghargai kekuatan mereka, dan mengakui kontribusi mereka, sehingga memungkinkan karyawan untuk memperoleh pembelajaran yang positif, menegaskan efikasi diri, yang memenuhi kebutuhan pencapaian individu mereka dan mendorong karyawan untuk mau mencoba dan mengerjakan apa yang sebelumnya tidak diketahui (Nielsen & Aslay, 2020)

Humble leadership mendorong bawahan mereka untuk membangun hubungan satu sama

lain dan memperhatikan informasi penting yang akan membantu bisnis mencapai tujuannya (Dust et al., 2018). Pemimpin yang mengomunikasikan tujuan usaha kepada bawahan mereka dapat membantu mereka dalam meningkatkan efisiensi mereka (Owens & Hekman, 2016). Demikian pula, banyak peneliti berpendapat bahwa kinerja bisnis dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan manajer (Chaudhry et al., 2019), khususnya *humble leadership* yang meningkatkan kinerja bisnis (Ali et al., 2020; Brière et al., 2015).

Pemimpin yang *humble* berfokus pada pertumbuhan dan pengembangan karyawan, kami menyarankan perilaku yang baik tersebut akan mendorong pertukaran pengetahuan dari pemimpin kepada karyawan ataupun antara karyawan lainnya. Bukti menunjukkan bahwa karyawan akan membalas pemimpin mereka dengan menunjukkan perilaku yang lebih bermanfaat dan menghambat perilaku kontraproduktif ketika mereka merasa diperlakukan dengan *humble* (Wang et al., 2019). Meningkatkan kinerja pekerjaan adalah cara untuk membalas niat baik dan kebaikan pemimpin (Liu & Wang, 2023). Pemimpin yang *humble* meningkatkan kepercayaan afektif pengikut dengan berbagi dan mendelegasikan kendali, memfasilitasi komunikasi terbuka, dan menunjukkan kepedulian dan dukungan kepada karyawan mereka (Liborius & Kiewitz, 2022). Akibatnya, karyawan akan merasa berkewajiban untuk memberikan sesuatu yang baik dan diinginkan kepada para pemimpin mereka. Karena kinerja bisnis sering kali bergantung pada kinerja karyawan, karyawan mungkin bekerja lebih keras untuk menciptakan nilai kinerja bisnis lebih bagi atasan mereka.

Berdasarkan analisis *path coeffisien* (pengaruh langsung) diketahui nilai original sampel dari *organization learning* (0,571) lebih besar dibandingkan variabel *Humble Leadership* (0,267) dan adopsi inovasi (0,354). Sehingga *Organization Learning* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja bisnis dibandingkan vaiabel lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa *Organization Learning* yang berjalan dengan baik maka kinerja bisnis menjadi lebih optimal. Hal ini karena *organization learning* prinsipnya saling berbagi pengetahuan dan pembelajaran antara karyawan dengan karyawan maupun pimpinan dengan karyawan yang lainnya. *Organization Learning* membantu meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi dan responsif terhadap perubahan, yang kemudian memicu minat untuk mengembangkan dengan mendorong kinerja lebih optimal (Harimu, Pio & Tumbel, 2021).

Berdasarkan analisis *specific indirect effect* (pengaruh tidak langsung) diketahui nilai original sampel dari *organization learning* (0,304) lebih besar dibandingkan variabel adopsi inovasi (0,266). Hal ini menunjukkan bahwa *organization learning* menjadi variabel mediasi yang paling berperan atas pengaruh *humble leadership* terhadap kinerja bisnis dibandingkan dengan adopsi inovasi.

Adopsi inovasi dalam kehidupan sehari-hari bagi pelaku UMKM di sektor kuliner dapat terlihat dalam berbagai aspek, mulai dari proses produksi hingga pemasaran. Misalnya, penggunaan aplikasi pemesanan online dan layanan antar makanan telah menjadi langkah inovatif yang mempermudah pelanggan untuk menikmati hidangan tanpa harus datang langsung ke lokasi. Selain itu, inovasi dalam pengemasan, seperti penggunaan kemasan ramah lingkungan dan desain yang menarik, mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Inovasi juga dapat diterapkan dalam kemudahan kanal pembayaran melalu QRIS, sehingga pelaku UMKM tidak merasa ragu mengenali keaslian uang Rupiah yang diterima dan pelanggan bisa lebih mudah dalam melakukan transaksi pembayaran.

Organizational learning dalam kehidupan sehari-hari bagi pelaku UMKM di sektor kuliner tercermin dalam upaya berkelanjutan untuk belajar, beradaptasi, dan meningkatkan kinerja bisnis berdasarkan pengalaman dan informasi baru. Misalnya, setelah menerima umpan balik dari

pelanggan tentang kualitas rasa atau layanan, pemilik usaha dapat mengadakan diskusi bersama tim untuk mengevaluasi dan memperbaiki aspek yang kurang optimal. Selain itu, pelaku UMKM dapat mengikuti pelatihan, seminar, atau bergabung dalam komunitas atau kemitraan (grab/gojek) bisnis kuliner untuk mempelajari tren terbaru, seperti penggunaan teknologi dalam pemesanan atau strategi pemasaran digital. Proses pembelajaran ini tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga memperkuat pengetahuan kolektif organisasi sehingga bisnis dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan terus berkembang di tengah persaingan industri kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM Sektor Kuliner membutuhkan *humble leadership,* dimana *humble* berfokus pada pertumbuhan dan pengembangan karyawan, kami menyarankan perilaku yang baik tersebut akan mendorong kegiatan *organization learning* selain itu *humble leadership* terbuka terhadap masukan dan pandangan karyawan, hasilnya karyawan sepenuhnya menyumbangkan adopsi inovasi melalui ide dan gagasan, dengan hal tersebut jelas pentingnya peran *humble leadership* pada kinerja bisnis UMKM Sektor Kuliner.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dari tujuh (7) hipotesis pada penelitian ini dapat di terima, sebagai berikut:

1. *Humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi UMKM sektor kuliner, hal ini menunjukkan bahwa pemimpin yang humble mampu menciptakan banyak gagasan dan ide baru terhadap produk kuliner yang disukai pelanggan
2. *Humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM sektor kuliner, dengan demikian maka pemimpin, saya bersedia mendengarkan suara dan usul bawahan dapat meningkatkan kinerja bisnis.
3. *Humble leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organization learning* hal ini menunjukkan bahwa pemimpin yang humble dapat mendorong karyawan untuk mau mencoba dan mengerjakan apa yang sebelumnya tidak diketahui
4. Adopsi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dengan demikian adopsi inovasi yang dilakukan dengan baik dapat membuat karyawan bekerja dengan memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaannya
5. *Organization learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, artinya UMKM yang mendorong karyawan untuk terus belajar hal=hal yang belum diketahuinya dapat meningkatkan kinerja bisnis
6. Adopsi inovasi mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis, hal ini menunjukkan pemimpin yang humble mampu menghasilkan adopsi inovasi yang baik dan mencapai kinerja bisnis yang optimal.
7. *Organization learning* mampu memediasi pengaruh positif dan signifikan *humble leadership* terhadap kinerja bisnis, hal ini menunjukkan bahwa Pemimpin yang *humble* mendorong bawahan mereka untuk membangun hubungan dan memperhatikan informasi penting dan selanjutnya akan mampu meningkatkan kinerja bisnis

DAFTAR REFERENSI

Ali, M., Zhang, L., Shah, S. J., Khan, S., & Shah, A. M. (2020). Impact of humble leadership on project success: the mediating role of psychological empowerment and innovative work behavior. *Leadership and Organization Development Journal*, *41*(3), 349–367. https://doi.org/10.1108/LODJ-05-2019-0230

Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, *8*(1), 179. https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, *14*(1), 15–31.

Cahyo, K. N., Martini, & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika. *Journal of Information System Research (JOSH)*, *1*(1), 45–53.

Hariyati, Kalsum, U., & Supriadin, N. (2023). *Pengaruh Job Deskripsi dan Agile Leadership terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai pada Sekretariat Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara*. *1*.

Hidayaturohman, F., Widyorini, N., & Eko Jati, O. (2021). Analisi Kelimpahan Bakteri Aeromonas hydrophila di Perairan Rawa Pening Desa Kebondowo, Semarang. *Jurnal Pasir Laut*, *5*(1), 1–8. https://doi.org/10.14710/jpl.2021.31894

Jiang, H., Liu, W., & Jia, L. (2019). How humble leadership influences the innovation of technology standards: A moderated mediation model. *Sustainability*, *11*(19), 5448.

Luo, Y., Zhang, Z., Chen, Q., Zhang, K., Wang, Y., & Peng, J. (2022). Humble leadership and its outcomes: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.980322

Ren, Q., Xu, Y., Zhou, R., & Liu, J. (2020). Can CEO's humble leadership behavior really improve enterprise performance and sustainability? A case study of Chinese start-up companies. *Sustainability*, *12*(8), 3168.

Sinaga, L. M. (2021). Budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan kompensasi terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *6*(2), 61–70. https://doi.org/10.36407/jrmb.v6i2.439

Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, *2*(1), 69–75. https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33

Wang, Y., Liu, J., & Zhu, Y. (2018). How does humble leadership promote follower creativity? The roles of psychological capital and growth need strength. *Leadership & Organization Development Journal*, *39*(4), 507-521.

Wulandari, C., & Efendi, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntasnsi*, *11*(6), 1–15. https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.36

Zhang, Z., & Song, P. (2020). Multi-Level Effects of Humble Leadership on Employees' Work Well-Being: The Roles of Psychological Safety and Error Management Climate. *Frontiers in Psychology*, *11*(November), 1–13. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.571840

Zhou, F., & Wu, Y. J. (2018). How humble leadership fosters employee innovation behavior: A two-way perspective on the leader-employee interaction. *Leadership & Organization Development Journal*, *39*(3), 375-387.