

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan suatu industri multidimensi yang mempunyai keterkaitan dengan berbagai sektor lain. Sifat multidimensi ini mengakibatkan setiap jenis produk wisata terdiri dari beberapa produk baik yang dapat dinilai secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Dalam UU No. 10 th 2009, kepariwisataan disebut sebagai bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pendapatan daerah dari sektor industri pariwisata baik berasal dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, baik dari segi jumlahnya maupun keunggulan produk yang ditawarkan, fasilitas untuk mencapai objek wisata seperti sarana transportasi, akomodasi di lokasi tujuan wisata, informasi/iklan yang diberikan (Ratnaningtyas, 2019).

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) suatu daerah. PAD sendiri menjadi indikator kemandirian daerah terhadap ketergantungan pemerintah pusat. PAD diartikan sebagai penerimaan dari sumber-sumber dalam wilayah sendiri, yang dipungut berdasarkan undang-undang yang berlaku. Dalam mengembangkan industri pariwisata, hotel merupakan salah satu sarana pokok dalam menyediakan penginapan, hotel memiliki pengertian yang berbeda-beda, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengemukakan bahwa hotel adalah

bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan orang yang sedang dalam perjalanan (Widjaja et al., 2008).

Sumatera Barat sudah lama menjadi sentra pariwisata di Pulau Sumatera, dimana banyak wisatawan nusantara maupun mancanegara yang datang ke provinsi ini demi menikmati keindahan alam dan budaya yang disuguhkan, banyak terdapat objek wisata yang dapat dinikmati dengan biaya yang relatif rendah. Industri pariwisata banyak menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) di provinsi Sumatera Barat. Karena PAD di Sumbar banyak mengandalkan dari pajak restoran, hotel, dan wisatawan. Oleh sebab itu keberadaan hotel di daerah yang kaya akan destinasi pariwisata sangat diperlukan, salah satunya Sumatera Barat

Fenomena saat diberlakukannya PSBB menyebabkan tidak ada kunjungan wisatawan, hal itu pun mempengaruhi terhadap transaksi di hotel dan jumlah kunjungan wisatawan. Tidak hanya hotel dan jumlah kunjungan wisatawan yang terdampak, namun juga terhadap transaksi harian dan berkurangnya transaksi berbagai sektor, sehingga berdampak langsung terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Ikhwan, 2020).

Hotel diklasifikasikan ke dalam 2 jenis yaitu, hotel berbintang dan non bintang, di Sumatera Barat banyak terdapat 2 jenis hotel tersebut, hotel berbintang adalah usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diparda). Ciri khusus dari hotel berbintang adalah mempunyai restoran yang berada di bawah manajemen hotel tersebut. Sedangkan hotel non bintang adalah usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran

dan belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang tetapi telah memenuhi kriteria sebagai hotel melati yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Daerah ( BPS Sumatera Barat).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang dan Non Bintang di Sumatera Barat (%)**

Tahun	Hotel Berbintang	Hotel Non Berbintang
2018	56,18	32,18
2019	55,10	30,55
2020	31,88	16,19

*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020*

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan tingkat penghunian kamar hotel bintang dan non bintang yang mengalami perubahan dari tahun-ketahun, penurunan terjadi pada tahun 2019 sebesar 1.08 persen pada hotel berbintang dan 1.63 persen pada hotel non bintang, pada tahun 2020 kembali terjadi penurunan yang signifikan 23.22 persen pada hotel berbintang dan 14.36 persen pada hotel non bintang. Banyak hal-hal yang menyebabkan penurunan tingkat penghunian kamar pada hotel bintang dan non bintang salah satunya adalah COVID-19 yang menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami penurunan sehingga tingkat penghunian kamar semakin menurun

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara Yang Datang Melalui BIM (Orang)**

Tahun	M mancanegara	Nusantara
2018	54.431	8.073.070
2019	60.811	8.169.147
2020	10.875	1.109.970

*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020*

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan dan nusantara yang mengalami perubahan dari tahun-ketahun, kenaikan terjadi pada tahun 2019 sebesar 6.380 orang pada mancanegara dan 96.077 orang pada nusantara, pada tahun 2020 justru terjadi penurunan yang signifikan sebesar 49.936 orang pada mancanegara dan 7.059.177 orang pada nusantara. Banyak hal-hal yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan dan nusantara salah satunya adalah COVID-19 sehingga tingkat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara semakin menurun.

Perubahan yang terjadi berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 rata-rata diakibatkan oleh mulai masuknya COVID-19 di Indonesia, yang banyak mengakibatkan perubahan. Demikian pula pariwisata yang didalamnya terdapat banyak sektor perhotelan juga berdampak akibat pandemi tersebut. Sektor perhotelan, penginapan, transportasi, kerajinan dll yang berada di lingkup pariwisata yang bergantung oleh banyaknya jumlah wisatawan mengalami penurunan yang sangat signifikan. Oleh sebab itu pengelola sektor-sektor tersebut harus memiliki ide dan pola pikir untuk bertahan dan terus bangkit di masa pandemi saat ini salah satunya harus bisa memanfaatkan *intellectual capital* dan orientasi kewirausahaan yang dimiliki.

Pada era globalisasi yang ketat akan persaingan saat ini, bisnis dan inovasi mengharuskan pemerintah, perusahaan ataupun pengusaha untuk memperbaiki strategi mereka dalam melakukan bisnis tidak terkecuali bisnis pariwisata terutama sektor perhotelan. Agar terus mendapatkan keuntungan, mereka harus dengan cepat merespon akan perubahan yang terjadi dan mengubah strateginya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, yang dapat berupa sumber daya *intellectual capital* dan orientasi kewirausahaan yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Kinerja bisnis sangat penting untuk dibahas karena hal tersebut merupakan kunci untuk menilai apakah perusahaan yang dijalankan sudah sesuai dengan tujuan, kinerja bisnis merupakan tolak ukur apakah perusahaan sudah memanfaatkan sumber daya dengan efisien dan efektif dalam periode tertentu, dan menilai apakah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Sehingga dapat menjadi motivasi untuk karyawan perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan Kinerja bisnis didalam pariwisata terutama sektor perhotelan sangat penting untuk di teliti, karena kinerja bisnis digunakan sebagai tolak ukur dalam melihat apakah tujuan dari hotel tersebut telah tercapai (Setiajatnika & Ardi Nupi Hasyim, 2019).

*Intellectual capital* merupakan sesuatu yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan berupa *knowledge* (pengetahuan) dan *ability* (kemampuan) disebut *intellectual capital* pengetahuan atas sumber daya yang bernilai tinggi dan berkemampuan untuk mengambil tindakan merupakan ciri *intellectual capital* untuk memproduksi aset yang lebih tinggi, materi intelektual harus diformulasikan, ditangkap dan di manfaatkan (Moehariono, 2014).

Menurut Zeglat & Zigan, (2014) suatu bisnis yang memiliki *intellectual capital* yang baik akan menjadi sumberdaya yang menguntungkan bagi pengusaha, dengan adanya *intellectual capital* didalam sebuah perusahaan akan menjadikan usaha tersebut lebih unggul dari pesaingnya, karena pengetahuan, ide dan gagasan yang berasal dari *intellectual capital* pihak internal pada perusahaan tersebut akan menjadi sebuah nilai lebih yang tidak dimiliki usaha yang lain, sehingga perusahaan yang di dalamnya terdapat *intellectual capital* atau modal intelektual akan memiliki kinerja bisnis yang baik. Penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis telah dilakukan oleh Roghayeh & Hassan,( 2016), Muda et al., (2020), Ampauleng,( 2021), Subagyo &

Waluyo,( 2020) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja Bisnis.

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu cerminan dari sifat pengusaha yang sudah menjadi watak dan melekat untuk berkeinginan keras dalam mewujudkan gagasan atau ide yang dimilikinya(Amrulloh, 2017). Orientasi kewirausahaan dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha, hal tersebut terlihat dari pemilik dan pengelola dalam menjalankan usahanya yang memiliki perilaku inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil resiko, (Rauch et al., 2009).

Menurut Ireland & Webb, (2007) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan adalah perwujudan dari inovasi produk dan proses. Orientasi kewirausahaan sebagai proses, pelatihan, dan aktivitas pembuat keputusan yang mengutamakan pada masukan yang baru. Sedangkan jiwa kewirausahaan sendiri meliputi lima hal, yakni: otonomi, keinovatifan, pengambilan risiko, proaktivitas, dan agresifitas kompetitif. Kompetensi kewirausahaan dibutuhkan didalam implementasi strategi pemasaran agar diperoleh keunggulan bersaing yang mantap melalui nilai responsifitas atas kebutuhan pelanggan sehingga tercipta kinerja bisnis yang baik. Beberapa penelitian yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis Musthofa et al., (2017), Haliq et al.,(2018), Cuevas-Vargas et al., (2019), Fairoz et al., (2010), Arshad et al., (2014). Hasil penelitiannya menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Muda et al., (2020) yang meneliti tentang Modal Intelektual dan Kinerja Bisnis. Dimana peneliti menambahkan variabel orientasi kewirauhaan dari penelitian

(Haliq et al.,2018) yang berjudul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. Sehingga di dapatkan judul penelitian yaitu pengaruh intellectual capital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan penelitian sebelumnya diatas, dapat di simpulkan bahwa perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu terletak pada variabelnya, dimana penelitian ini menambahkan satu variabel yaitu orientasi kewirausahaan. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pada sektor pariwisata perhotelan di Sumatera Barat yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Diharapkan hasil yang diperoleh saat ini dapat lebih baik dari penelitian sebelumnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan dia atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan?
2. Apakah *Structural Capital* berpengaruh terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan?
3. Apakah *Relational Capital* berpengaruh terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan?
4. Apakah Orientasi Kewirausahaanberpengaruh terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris dan menganalisis mengenai :

1. Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan

2. Pengaruh *Structural Capital* terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan
3. Pengaruh *Relational Capital* terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan
4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja bisnis pada sektor pariwisata perhotelan

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat pada penelitian dan pihak lain. Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perhotelan, di harapkan pihak perhotelan dapat menggunakan informasi dalam penelitian ini untuk meningkatkan kinerja bisnisnya yang akan datang yang di tunjang dengan peningkatan pada *intellectual capital (human capital, structural capital, relational capital)* dan orientasi kewirausahaan yang dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan.
2. Bagi Akademik, penelitian ini di harapkan dapat memeberikan bukti empiris mengenai pengaruh *intellectual capital (human capital, structural capital, relational capital)* dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat serta dapat dijadikan bahan bacaan dan referensi bagi para peneliti yang akan datang agar melaukan penelitian lebih dalam.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan ini di susun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditentukan. Untuk memberikan gambaran umum yang jelas tentang penelitian ini, maka penulisan menguraikan secara ringkas isi masing-masing bab sebagai berikut:

## **BAB I Pendahuluan**

Bab 1 ini berisi tentang beberapa hal pokok yang berhubungan dengan latar belakang yang mendasari penelitian initermasuk didalamnya masalah-masalah yang berkaitan dengan judul penelitian, Kemudian perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis**

Berisi tentang landasan teori yang mendasari dan menjadi acuan bagi penelitian ini, berkaitan dengan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini, pengembangan hipotesis dan model penelitian

## **BAB III Metode Penelitian**

Berisi tentang metode penelitian yang digunakan, sampel yang digunakan, jenis data dan sumber data itu diambil, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian serta metode analisa data.

## **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil terhadap hasil penelitian

## **BAB V Penutup**

Bab ini merupakan bab terakhir penulisan skripsi dimana bab ini memuat kesimpulan, dan saran untuk penelitian dimasa yang akan datang.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Resource Based Theory

RBT atau *Resource-Based Theory* merupakan suatu pembahasan dimana perusahaan menggunakan dan mengembangkan sumber dayanya agar tercapai kinerja perusahaan yang diinginkan, yang mengutamakan keunggulan dalam hal pengetahuan atau unggul dalam hal perekonomian dengan menggunakan asset-aset tak berwujud melalui akuisisi, memperoleh dan menggunakan asset strategis yang berhubungan dengan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan superior. Baik asset berwujud atau tidak berwujud dinyatakan sebagai asset strategis, salah satu asset tidak berwujud yang dipertimbangkan adalah modal intelektual, karena modal intelektual merupakan pengetahuan khusus dan berharga yang dimiliki oleh perusahaan (Wernerfelt, 1984).

Menurut Riahi-Belkaoui, (2005) menyatakan bahwa strategi yang bermanfaat dan berpotensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan menggabungkan aset yang berwujud dan tidak berwujud, karena investor akan memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki kemampuan modal intelektual yang besar. RBT memandang perusahaan sebagai kumpulan dari berbagai macam sumber daya dan kemampuan. Perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan bersaing akan memberikan keuntungan kompetitif yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga asumsi dalam teori ini adalah bagaimana perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang dapat

meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengelola sumber daya yang dimiliki sesuai dengan kemampuan perusahaan (Peteraf, 1993).

### **2.1.2 Pengertian Bisnis**

Menurut Louis E.Boone (2007:5), bisnis (bussines) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memeberikan jasa.

Menurut penelitian yang dilakukan Purwanto & Trihudiyatmanto, (2018) mendefinisikan bisnis sebagai usaha yang dijalankan oleh individu-individu atau organisasi secara teratur dan berkelanjutan untuk memroduksi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan kepuasan dan keuntungan kepada pihak-pihak berkepentingan-produsen, pelanggan, dan masyarakat.

### **2.1.3 Pengertian Kinerja Bisnis**

Kinerja adalah tolak ukur keberhasilan dan perkembangan suatu organisasi atau perusahaan, pengukuran yang dilakukan dalam menentukan kinerja berupa seberapa besar keuntungan yng diperoleh, besar investasi, dan pertumbuhan jumlah tenaga kerja serta perkembangan perusahaan. Kinerja dapat memperlihatkan keadaan bisnis suatu perusahaanketika menghadapi masa-masa kritis terutama pada masa kritis ekonomi dan dapat menyesuaikan dengan permintaan pasar (Jennings & Beaver, 1997).

Kinerja bisnis menurut Armstrong, Michael., (2006) merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja (business performance) adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Ferdinand, (2005) mengungkapkan faktor kinerja bisnis sering digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pada perusahaan. Strategi perusahaan biasanya diarahkan untuk menghasilkan kinerja dan kondisi keuangan yang baik. Lebih lanjut Ferdinand juga menegaskan bahwa kinerja yang baik tersampaikan dalam tiga nilai utama, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan, dan pangsa pasar. Kinerja bisnis direpresentasikan melalui kinerja ekonomi yang terdiri dari pangsa pasar, pertumbuhan premium dan profitabilitas (Maydeu-Olivares & Lado, 2003)..

#### **2.1.4 Kinerja Bisnis Sektor Pariwisata**

Bisnis dalam Industri Pariwisata diartikan sebagai sekumpulan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang dibutuhkan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Setiap produk, baik yang nyata maupun maya yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan tertentu manusia, hendaknya dinilai sebagai produk industri. Sebagaimana yang dikemukakan UNWTO (*United Nations World Tourism Organisation*) dalam *the International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Industri Pariwisata meliputi; Akomodasi untuk pengunjung, Kegiatan layanan makanan dan minuman, angkutan penumpang, agen perjalanan wisata dan kegiatan reservasi lainnya, kegiatan budaya, kegiatan olahraga dan hiburan. UNWTO merupakan Badan Kepariwisata Dunia di bawah naungan PBB. Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009, Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi (Dinas Pariwisata, 2019).

Adapun aspek-aspek yang tercakup dalam industri pariwisata antara lain:

##### **2.1.4.1 Penginapan**

Penginapan atau *home stay* yang terdiri dari hotel, motel, resort, kondominium, *time sharing*, wisma-wisma dan bed and breakfast, merupakan aspek-aspek yang dapat diakses dalam pengembangan bidang kepariwisataan.

#### **2.1.4.2 Pelayanan perjalanan**

Pelayanan perjalanan ini meliputi agen perjalanan, paket perjalanan (*tour wholesalers*), perusahaan incentive travel dan reception service.

#### **2.1.4.3 Transportasi**

Transportasi ini dapat berupa sarana dan prasarana angkutan wisata seperti mobil/bus, pesawat udara, kereta api, kapal pesiar, dan sepeda.

#### **2.1.4.4 Restoran**

Di dalam bidang restoran, perhatian diarahkan pada kualitas pelayanan, baik dari jenis makanan maupun teknik pelayanannya. Di samping itu, dari segi kandungan gizi, kesehatan makanan dan lingkungan restoran serta penemuan makanan-makanan baru dan tradisional baik resep, bahan maupun penyajiannya yang bisa dikembangkan secara nasional, regional, bahkan internasional.

#### **2.1.5 Dimensi Kinerja Bisnis**

Menurut (Rahmi & Yanti, 2018) Kinerja bisnis merupakan rangkaian kegiatan yang dimulai dari perencanaan kinerja, pemantauan, penilaian kinerja dan tindak lanjut berupa penghargaan atau hukuman. Kinerja suatu bisnis merupakan segala sesuatu yang diinginkan oleh konsumen dalam produk ataupun jasa dengan memaksimalkan kualitas hasil yang nantinya diterima oleh konsumen. Menurut Gonza & Mun, (2009) ada empat kriteria kinerja bisnis, yaitu:

##### **2.1.5.1 Profitabilitas atau Kinerja Ekonomi Perusahaan**

Menggunakan untuk mengukur sebuah perusahaan mampu menghasilkan laba dan menggunakan seluruh faktor perusahaan yang ada untuk menghasilkan laba yang maksimal.

#### **2.1.5.2 Pangsa Pasar Bisnis**

Persentase pasar yang diperhitungkan oleh perusahaan atau entitas tertentu. Yang merupakan bagian dari seluruh permintaan atas barang atau jasa yang menggambarkan golongan konsumen berdasarkan segmentasi pasar. Diukur berdasarkan total penjualan dari seluruh sumber dengan total penjualan produk dalam suatu industri tertentu.

#### **2.1.5.3 Nilai Posisi Pasar**

Nilai posisi merupakan suatu upaya untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam pikiran konsumen. Dengan cara mendesain imej dan nilai sehingga konsumen dalam pasar yang ditargetkan memahami kedudukan perusahaan dibandingkan pesaingnya.

#### **2.1.5.4 Produk lainnya**

Memanfaatkan produk lain yang sejalan dengan produk sebelumnya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, dengan memperluas bidang industri yang telah dikuasai untuk meminimalkan resiko.

### **2.2 *Intellectual Capital***

#### **2.2.1 Pengertian *Intellectual Capital***

*Intellectual capital* adalah salah satu konsep di dalam ekonomi modern yang nilainya terletak pada pemantauan dan indentifikasi asset tidak berwujud yang menentukan kegagalan atau keberhasilan suatu perusahaan. Pengelolaan modal intelektual merupakan aktivitas strategis yang mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Perkembangan konsep modal intelektual meningkatkan kapasitas kompetitif perusahaan dan memperoleh strategi bersaing dalam pasar dalam penggunaan sumberdaya tak

berwujud secara intensive. Sumber daya tersebut dapat berupa informasi, pengetahuan, merek dagang, hak paten dan budaya organisasi (Todericiu & Stăniț, 2015).

Menurut Christa (2011) *Intellectual capital* merupakan suatu yang bernilai dan trampil berdasarkan pada pengetahuan yang tidak terlihat dan terlihat. Pengetahuan tidak terlihat adalah pengetahuan yang tidak bisa atau sulit ditiru oleh orang lain, sedangkan pengetahuan yang terlihat yaitu pengetahuan yang mudah di transfer dan di tiru oleh orang lain. Menurut Engelman et al., (2015) Intelektual capital adalah asset berupa pengetahuan pada perusahaan yang selalu berubah seiring waktu. Menurut Kalkan et al., (2014) intelektual capital memiliki 3 komponen dasar *human capital*, *struktual capital* dan *costumercapital*. *Human capital* dapat berbentuk pengetahuan karyawan kemampuan dan skill. *Human capital* juga merupakan kombinasi dari kemampuan manusia dari organisasi untuk memecahkan masalah dalam bisnis. Kreatifitas dan inovasi yang ada di dalam perusahaan dapat di picu oleh sumber daya manusia.

### **2.2.2 Dimensi *Intellectual capital***

Menurut PSAK No 19 (2012) *intellectual capital* (aset tidak berwujud) adalah aset non moneter teridentifikasi tanpa wujud fisik, identitas seringkali mengeluarkan sumber daya tidak berwujud seperti ilmu pengetahuan atau teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan *intellectual capital*, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang ( merek produk dan judul publisitas). Semakin banyaknya ketertarikan kepada *Intellectual Capital* dalam memberikan value lebih dan keunggulan bagi perusahaan, beberapa ahli mengartikan *intellectual capital* dalam tiga kategori yaitu *human capital*, *structural capital* dan *relational/customer capital* (Baroroh, 2013) :

#### **2.2.2.1 *Human capital***

Menurut Salehudin, (2010) konsep *human capital* menyatakan bahwa manusia bukan sekedar sumber daya namun merupakan modal (capital) yang menghasilkan return

dan setiap pengeluaran dilakukan dalam rangka mengembangkan kauntitas modal intelektual merupakan suatau kegian investasi. Ada beberapa hal yang diyakini membuat human capital berkembang yaitu: 1. Pengalaman, 2. Pendidikan, 3. Pelatihan, 4. Modal social.

#### **2.2.2.2 *Structual capital***

Menurut Wirawan, (2017) kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya intelektual dan inovasi SDM serta menciptakan profitabilitas yang di aktualisasi sebagai prosedur, rutinitas, teknologi dan sistem yang ada di dalam perusahaan.

#### **2.2.2.3 *Relational capital***

Menurut Tiwari, (2018) menyatakan bahwa Relational capital mencerminkan nilai yang terkait dengan entitas bisnis yang diciptakan yang menmghubungkan antara organisasi dan kostumernya. Selain itu *Relational capital* dapat di artikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan atar pelanggan, pemasok, pemegang saham dan pemerintah. Kualitas hubungan dan kemampuan untuk menciptakan pelanggan yang baru adalah faktor kunci kesuksesan perusahaan.

### **2.3 Orientasi Kewirausahaan**

#### **2.3.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan**

Menurut Hughes & Morgan, ( 2007) Orientasi kewirausahaan merupakan suatu sifat dan pola pikir untuk mengambil keputusan dalam berperilaku dan proses yang mendasari praktek penciptaan strategi perusahaan, bentuk kompetitif dan filosofi manajemen dan merangkum kecendrungan kewirausahaan perusahaan. Orientasi kewirausahaan diidentifikasi sebagai rasa bersaing perusahaan dalam hal wirausaha, karena dianggap sebagai persyatan untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang yang menciptakan suatu nilai.

Menurut Drori et al., (2013) pengertian orientasi kewirausahaan sebagai suatu kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif, dan mau mengambil risiko untuk memulai mengelola usaha. Dewi et al., (2017) mengatakan bahwa inovasi adalah kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang baru dan terkadang di luar kebiasaan. Tindakan proaktif adalah mencari kesempatan yang baru yang mungkin berhubungan ataupun tidak berhubungan dengan lini operasi saat ini. Keberanian mengambil resiko adalah tingkat kesediaan manajer untuk berkomitmen terhadap sumber daya yang beresiko dan jumlahnya sangat besar.

### **2.3.2. Dimensi Orientasi Kewirausahaan**

Menurut Zhibin Lina et al, (2019) orientasi kewirausahaan merupakan upaya menciptakan nilai melalui bisnispeluang, manajemen pengambilan risiko yang tepat, dan komunikasi manajemen keterampilan untuk memobilisasi manusia, keuangan dan bahan mentah lainnya atau sumber daya lain yang tersedia untuk memperoleh manfaat dan nilai dari peluang bisnis. Orientasi kewirausahaan dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi yaitu:

#### **2.3.2.1 Keinovatifan (*innovativeness*)**

Inovasi dilihat pada kreativitas dan eksperimentasi dalam memperkenalkan produk baru atau jasa dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga produk tersebut memiliki keunggulan tersendiri dan dapat memiliki peluang baru (G.T.Lumpkin & G.Dess, 2001).

#### **2.3.2.2 Keaktifan (*proactiveness*)**

Tindakan pada suatu perusahaan dalam mencari peluang usaha untuk menanggapi permintaan pelanggan berusaha memenuhinya dan juga selalu aktif dalam mencari peluang – peluang baru yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Hughes & Morgan, 2007).

### **2.3.2.3 Pengambilan resiko (*risk taking*)**

Suatu kegiatan dalam mengambil langkah yang berani dengan pengetahuan yang pasti dan dapat menyelesaikan masalah dengan baik dan tepat (G.T.Lumpkin & G.Dess, 2001).

### **2.3.2.4 Agresivitas Kompetitif (*competitive aggressiveness*)**

Kecenderungan suatu bisnis untuk mencari tau cara bagaimana dapat bersaing dengan pesaingnya secara langsung. Yang bertujuan untuk memperbaiki posisi dan dapat mengungguli persaingan di pasar tersebut (Prasetyo & Wijaya, 2019).

### **2.3.2.5 Otonomi (*autonomy*)**

Suatu tindakan yang secara bebas dari individu atau tim dalam menyalurkan ide-ide baru dan pelaksanaannya sesuai dengan visi & misi yang dimiliki (Lumpkin & Dess, 1996).

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Bisnis**

Sangat penting bagi sebuah bisnis untuk memanfaatkan sumber daya tidak berwujud dan berwujud untuk memastikan aktifitas dan pencapaian sesuai perencanaan yang sudah ditentukan untuk keberlangsungan usaha (Khaliq & De Pablos, 2015). Salah satu cara untuk menambah nilai bagi perusahaan adalah dengan memanfaatkan secara maksimal *intellectual capital* yang merupakan sumber daya tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Memiliki IC memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan mengatasikelemahannya, sehingga usaha yang memiliki manajerial dan teknis yang terbatas dapat melaksanakan tujuannya dan mencapai kinerja yang lebih baik (Jordão & Novas, 2017). *Intellectual capital* sebagai pengetahuan, kekayaan intelektual, informasi, keterampilan analitis, kompetensi dan keahlian yang

digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya yang pada akhirnya mempengaruhi kekayaan pemegang saham (Bassi et al,1997).

Penelitian Zeglat & Zigan, (2014), Musthofa et al., (2017), Haliq et al., (2018) membuktikan bahwa *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Hal ini didukung penelitian Cuevas-Vargas et al., (2019) yang menemukan bahwa *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Menurut Muda et al., (2020) menyatakan *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karena keputusan yang bijaksana harus dibuat oleh tim manajemen terkait dengan investasi pada orang-orangnya, struktur dan hubungan dengan pihak eksternal untuk tetap berada di industri dan terus bersaing. Pengaruh signifikan elemen IC pada kinerja dalam penelitian ini memberikan bukti bahwa program terkait IC telah membawa hasil positif terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka diajukan hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini yaitu:

#### **2.4.1.1 Human Capital**

Modal manusia didefinisikan sebagai gabungan pengetahuan, keterampilan, pengalaman dan kemampuan dari setiap anggota organisasi. Modal ini bersifat mobile dan bukan milik organisasi tertentu karena karyawan dianggap sebagai pemilik modal manusia. *Human capital* dikenal sebagai sumber kreativitas dan wawasan (McGill, 2006).

Menurut Samad, (2013) dan Muda et al, (2020) membuktikan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Didukung penelitian Kompyurini, (2010) yang menemukan bahwa *human capital* juga berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Semakin tinggi *human capital* yang dimiliki suatu perusahaan maka akan meningkatkan kualitas karyawan ataupun internal perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori yang mendukung, maka dapat dirumuskan kembali hipotesis sebagai berikut :

## **Hipotesis 1: *Human Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis**

### **2.4.1.2 *Structural capital***

Modal Struktural mencakup kemampuan perusahaan untuk menjangkau pasar dengan menggunakan perangkat keras, perangkat lunak ataupun hal – hal pendukung lainnya (Bontis et al., 2000). Dengan kata lain infrastruktur penunjang kinerja pegawai. Modal Struktural merupakan penghubung antara modal manusia dengan modal intelektual. Karena meskipun karyawan memiliki intelektual, tetapi jika tidak didukung dengan sarana yang memadai untuk menerapkan inovasi mereka, kemampuan akan tidak menghasilkan Modal Intelektual.

Menurut Kompyurini, (2010) dan Muda et al, (2020) membuktikan bahwa *structural capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Didukung penelitian Rays & Murwaningsari, (2019) yang menemukan bahwa *structural capital* juga berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Semakin tinggi *structural capital* maka efektifitas *human capital* akan semakin baik sehingga akan berdampak terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori yang mendukung, maka dapat dirumuskan kembali hipotesis sebagai berikut :

## **Hipotesis 2 : *Structural Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis**

### **2.4.1.3 *Relational capital***

Modal relasional adalah komponen darimodal intelektual yang memberikan nilai nyata. Pengertian modal relasional menurut (Sawarjuwono, 2003) adalah Modal relasional adalah hubungan atau jaringan pergaulan yang harmonis dimiliki oleh perusahaan dengan mitranya, baik dari pemasok maupun kualitas yang dapat diandalkan, berasal dari pelanggan setia dan puas akan jasa perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah dan masyarakat lokal. Modal relasional

mungkin muncul dari berbagai bagian lingkungan di luar perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan.

Menurut Muda et al, (2020) dan Rays & Murwaningsari, (2019) membuktikan bahwa *relational capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Didukung penelitian Rays & Murwaningsari, (2019) yang menemukan bahwa *relational capital* juga berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Semakin tinggi modal *relational* perusahaan maka citra perusahaan, jalannya perusahaan, dan kemajuan perusahaan akan semakin baik yang akan meningkatkan kinerja bisnis bagi perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori yang mendukung, maka dapat dirumuskan kembali hipotesis sebagai berikut :

### **Hipotesis 3 : *Relational Capital* berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis**

#### **2.4.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis**

Kewirausahaan mengacu pada sifat, karakter, dan karakteristik yang melekat pada seseorang yang memiliki kemauan kuat untuk mewujudkan ide-ide inovatif ke dalam dunia bisnis yang nyata. Menurut Drucker, kewirausahaan adalah kemampuan buat sesuatu yang baru dan berbeda. Secara sederhana kewirausahaan juga sering diartikan sebagai prinsip atau kemampuan berwirausaha. Kewirausahaan identik dengan kemampuan seseorang yang kreatif, inovatif, berani mengambil resiko dan selalu dicari peluang melalui potensinya (Carvalho & Sugano, 2017). Kewirausahaan muncul ketika seseorang berani untuk mengembangkan bisnis dan ide baru. Proses kewirausahaan mencakup semua fungsi, aktivitas, dan tindakan yang terkait dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi bisnis. Oleh karena itu, pengusaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi untuk mengejar peluang (Avedelidou-Fisher, 2016).

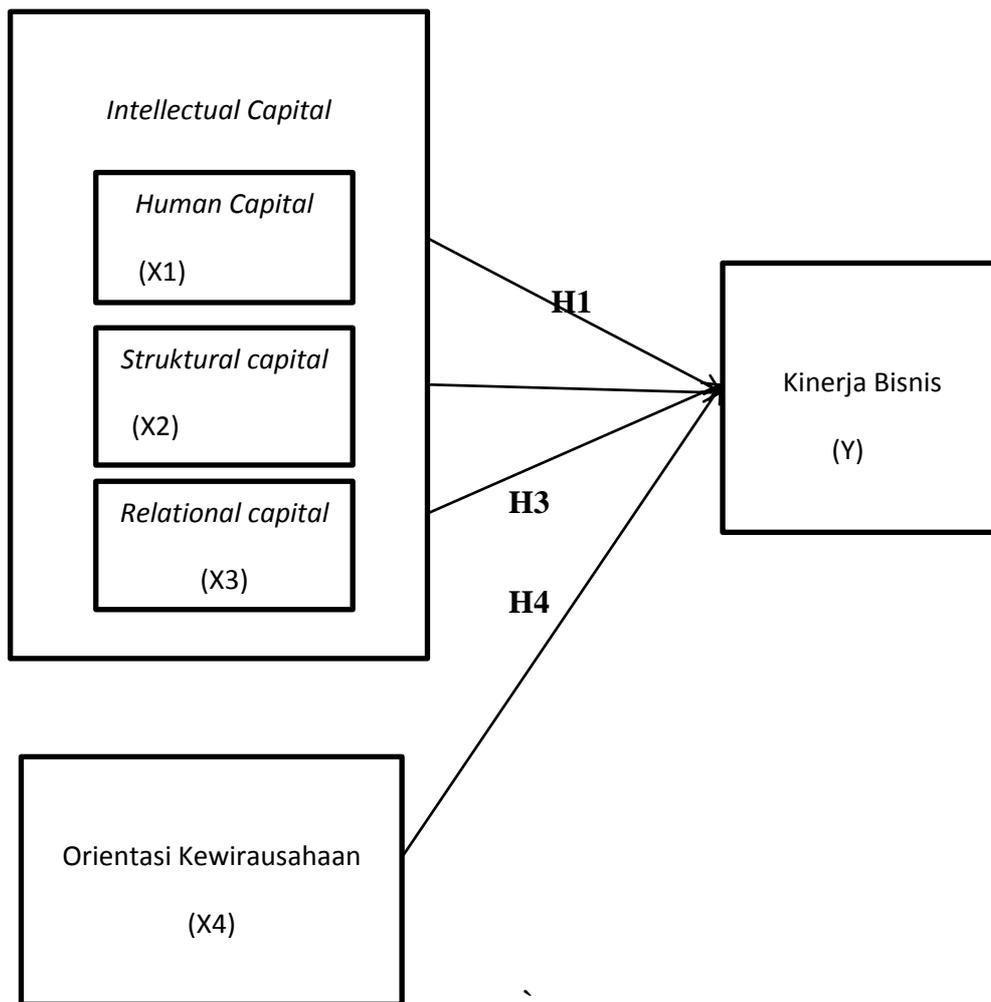
Orientasi kewirausahaan adalah prinsip yang dimiliki oleh perusahaan dalam berorientasi dan berupaya untuk menjadi pelopor dan unggul dari pesaing, ketika bisnis mampu menerapkan orientasi kewirausahaan maka akan mampu menyusun strategi bisnis sehingga dapat bersaing dan meningkatkan kinerja bisnis (Zehir et al., 2015). Orientasi kewirausahaan dapat dikatakan sebagai faktor mempengaruhi kinerja usaha, orientasi kewirausahaan harus dimiliki seorang pengusaha karena dianggap memiliki peran penting dalam kesuksesan suatu bisnis sehingga bisnis yang dijalankan dapat terus maju dan berkembang, faktor orientasi kewirausahaan adalah inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko (Prieto, 2010).

Menurut penelitian Musthofa et al., (2017) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Didukung penelitian Haliq et al., (2018) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karena semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki seorang pengusaha maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang akan dicapai. Orientasi kewirausahaan didukung oleh teori ekosistem kewirausahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori yang mendukung, maka dapat dirumuskan kembali hipotesis sebagai berikut :

**Hipotesis 4 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja Bisnis**

## **2.5 Kerangka Pemikiran**

Sesuai dengan empat hipotesis yang telah dirumuskan, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran seperti yang disajikan pada gambar berikut :



Gambar 2.1  
Kerangka Penelitian

Berdasarkan gambar 2.1 di atas dapat dijelaskan bahwa kinerja bisnis dalam penelitian ini adalah sebagai variabel dependen, dan *intellectual capital* ( *human capital*, *structual capital*, *relational capital* ) dan orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen. Berdasarkan kerangka penelitian diatas terdapat empat hipotesis. Hipotesis

pertama menjelaskan *intellectual capital* yang di dalamnya terdapat (*human capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis, hipotesis kedua *structual capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis, hipotesis ketiga *relational capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis), dan hipotesis keempat menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh hotel berbintang dan non bintang di Sumatera Barat yang berjumlah 444 hotel yang terdaftar di PHRI periode 2019. Adapun jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 150 responden. Roscoe dalam Sekaran (2006) mengusulkan bahwa aturan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian multivariat atau sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang diukur, yaitu *intellectual capital* (*human capital, structural capital, relational capital*), dan orientasi kewirausahaan. Berdasarkan pendapat Roscoe tersebut maka sampel yang diperoleh sudah mencukupi.

#### 3.2. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil dari kuisisioner yang dijawab oleh informan.

#### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode survey. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, ialah dengan menggunakan kuesioner yang hendak disebarakan kepada sampel penelitian yaitu hotel yang ada di Sumatera Barat. Metode pengukuran variabel pada kuesioner memakai *likert scale*. *Likert scale* ialah skala yang dirancang untuk menghitung besar atau kecilnya

perilaku setuju responden terhadap pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti. Variabel-variabel penelitian ini diukur dengan rentang pembobotan dari sangat setuju (5) setuju (4) netral (3) tidak setuju (2) sangat tidak setuju (1).

### **3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.4.1 Kinerja Bisnis**

Kinerja Bisnis adalah hasil yang dicapai oleh organisasi sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai, standar kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Prestasi yang dicapai oleh organisasi ditinjau dari berbagai aspek misalnya aspek keuangan, produksi, pemasaran, operasional dan termasuk pertumbuhannya (Halim et al., 2017). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini terdiri dari 10 pertanyaan menggunakan *likert scale* pembobotan dari sangat setuju(5) setuju (4) cukup setuju (3) netral (2) sangat tidak setuju (1).

#### **3.4.2 Intellectual Capital**

*Intellectual capital* atau modal intelektual merupakan salah satu sumber daya non fisik yang dimiliki suatu organisasi yang bernilai atau unik (Anggraini et al., 2020). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini terdiri dari 10 pertanyaan menggunakan *likert scale* pembobotan dari sangat setuju(5) setuju (4) netral (3) tidak setuju (2) sangat tidak setuju (1).

#### **3.4.3 Orientasi kewirausahaan**

Menurut Al Mamun et al., (2017) orientasi kewirausahaan adalah usaha kreatif untuk menghasilkan inovasi baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan berguna bagi orang lain. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini terdiri dari 10 pertanyaan menggunakan *likert scale* pembobotan dari sangat setuju (5) setuju (4) cukup setuju (3) netral (2) sangat tidak setuju (1).

### **3.5 Model Analisis Data**

Secara umum metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan bantuan program Smart PLS. Secara umum tahapan pengujian yang dilakukan meliputi:

#### **3.5.1 Measurement Model Assesment**

Hair dkk (2010) *convergent validity* bertujuan untuk memastikan bahwa masing masing item pernyataan yang mendukung setiap variabel penelitian adalah item pernyataan yang tepat. Dalam melakukan pengujian *convergen validity* digunakan tahapan sebagai berikut:

##### **3.5.1.1 Convergent Validity**

Hair dkk (2014) menjelaskan *covergent validity* adalah sejauh mana item-item pengukuran variabel tertentu menyatu secara bersama. Dalam penilaian *convergent validity* terdapat empat kriteria yang harus diperhatikan, sebagai berikut :

###### *1.) Outer Loading*

*Outer loading* merupakan nilai koefisien yang menunjukkan ketepatan sebuah item pernyataan untuk dapat digunakan kedalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini sebuah item pernyataan dinyatakan valid bila memiliki factor loading diatas atau sama dengan 0,70 (Ghozali danLatan, 2015) sedangkan item pernyataan yang tidak memenuhi syarat harus di eliminasi dari tahapan pengolahan data lebih lanjut.

###### *2.) Cronbach Alpha*

Pengujian *Cronbach's Alpha* dimaksudkan untuk mengetahui kehdalan dari masing masing variabel yang telah didukung oleh item pernyataan yang valid. Menurut Ghozali dan Latan (2015) ketika jumlah sampel penelitian lebih dari 100 responden maka sebuah variabel akan didukung oleh item pernyataan yang handal ketika memiliki *Cronbach's*

*Alpha* diatas 0.70. Setelah masing masing variabel dinyatakan handal maka tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

### 3.) *Composite Reliability*

Menurut Ghozali dan Latan (2015) *composite reliability* bertujuan untuk menilai konsistensi ketepatan penggunaan item pernyataan yang mendukung masing masing variabel penelitian. Jika nilai *Composite Reliability* bernilai diatas atau sama dengan 0.70 maka item pernyataan mendukung variabel penelitian telah dinyatakan handal

### 4.) *Average Extracted (AVE)*

Menurut Ghozali dan Latan (2015) nilai AVE digunakan untuk mengukur banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruknya dibandingkan dengan variansi yang ditimbulkan oleh kesalahn pengukuran. Nilai AVE harus lebih besar ( $> 0.5$ ).

#### **3.5.1.2 Discriminant Validity**

Pengujian discriminant validity bertujuan untuk memastikan bahwa masing masing variabel penelitian yang digunakan telah didukung oleh item pernyataan yang tepat. Secara umum untuk melakukan pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

#### 1.) *Cross Loading*

Menurut Ghozali dan Latan (2015) mengungkapkan bahwa cross loading merupakan korelasi atau keterkaitan yang terbentuk antara satu item pernyataan dengan item pernyataan yang lain. Semakin tinggi nilai koefisien crossloading yang terbentuk menunjukkan pemilihan item pernyataan yang digunakan semakin tepat.

#### 2.) *Fornell-Larcker Criterion*

Menurut Ghozali dan Latan (2015) digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, maka AVE untuk setiap variabel laten harus lebih tinggi dari pada  $R^2$

dengan semua variabel laten lainnya. Maka dengan demikian, masing-masing variabel laten berbagi varian lebih dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variabel laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda.

### 3.) *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT)

*Heterotrait Monotrait Ratio* berguna untuk mengetahui pola serial korelasi yang terbentuk antar masing masing variabel yang digunakan. Sebuah variabel dinyatakan tepat bila memiliki koefisien korelasi dibawah 0.80 walaupun demikian nilai koefisien korelasi antara 0.85 sampai 0.90 masih dianggap wajar atau dapat digunakan.

### **3.5.2 Analisis $R^2$ d**

Setelah pemeriksaan model pengukuran terpenuhi, selanjutnya adalah pemeriksaan terhadap model struktural. Pemeriksaan dilakukan dengan melihat nilai R-Square. Penilaian model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif.

### **3.5.3 *Structural Model Assessment***

Secara umum tahapan pengujian structural model assessment dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

#### **3.5.3.1 Uji t-statistik**

Merupakan model analisis yang ditujukan untuk mengamati pengaruh langsung yang terbentuk antara variabel eksogen dengan variabel endogen atau variabel eksogen dengan variabel mediasi. Besarnya pengaruh langsung dapat diamati dari *path coefficient* sedangkan signifikan atau tidaknya pengaruh dapat diamati dari pengujian t-

statistik. Jika didalam model terlihat nilai t-Statistic  $> 1,96$  atau nilai *P-value* berada diatas tingkat kesalahan 0,05 maka hasil pengujian signifikan dan sebaliknya.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Distribusi Hasil Penyebaran Kuesioner

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh intellectual capital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis (Studi Empiris Pada Sektor Pariwisata Perhotelan Di Sumatera Barat). Sebelum dilakukan tahapan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dan informasi yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada setiap pegawai hotel di Sumatera Barat. Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan tidak langsung (online) oleh peneliti. Sesuai dengan proses pengolahan data dapat diringkas proses hasil penyebaran kuesioner terlihat pada Tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Prosedur Penyebaran Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen</b>
Jumlah kuesioner yang disebarkan	170	100
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	(20)	(11.76)
Jumlah kuesioner yang berhasil dikumpul	150	88.24
Jumlah kuesioner yang rusak / tidak lengkap	(0)	(0)
Total jumlah kuesioner yang diolah	150	88.24

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa tingkat respon / *response rate* penelitian sebesar 88.24 %. Menurut Sugiyono (2013) *response rate* yang baik untuk teknik penyebaran kuesioner yang diedarkan dan diambil secara langsung kepada responden berkisar antara 65 sampai dengan 100 %. Dengan demikian maka tingkat respon dalam penelitian ini tergolong baik.

#### 4.1.2. Demografis Responden

Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan maka tahapan pengolahan data dilaksanakan. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Smart PLS. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dinarasikan deskriptif responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini seperti terlihat pada Tabel 4.2 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Deskriptif Umum Responden**

<b>Demografis</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	68	45.33
Perempuan	82	54.67
<b>Usia</b>		
<31Tahun	77	51.33
31 – 40 Tahun	62	41.33
41 – 50 Tahun	11	7.34
51 – 60 Tahun	0	0
<b>Pendidikan</b>		
SMA	15	10
D3 / Diploma	52	34.67
S1	76	50.67
S2	7	4.66
<b>Masa Kerja</b>		
<2 Tahun	28	18.67
3-5 Tahun	57	38
6-8 Tahun	45	30
>9 Tahun	20	13.33
<b>Jabatan</b>		
General Manager	45	30
Assistant general Manager	20	13.33
Front Office	85	56.67
<b>Jenis Hotel</b>		
Hotel berbintang	53	35.33
Hotel Non Bintang	97	64.67
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan proses tabulasi teridentifikasi sebanyak 54.67% responden bergender perempuan sedangkan 45.33% lainnya responden bergender laki-laki. Dalam proses identifikasi data responden juga diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkatan usia antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun yaitu berjumlah 41.33% sedangkan responden yang berusia dibawah 31 tahun berjumlah 51.33% dari total seluruh

responden. Berdasarkan deskriptif responden menurut jenis kelamin dan usia dapat disimpulkan sebagian besar responden yang ada di perhotelandi Sumatera Barat di dominasi oleh karyawan muda dan berjenis kelamin perempuan.

Selain itu sesuai dengan proses tabulasi data yang telah dilakukan teridentifikasi sebagian besar responden berpendidikan S1 yaitu berjumlah 50.67% sedangkan pendidikan lainnya sebesar 49.33%. Pada proses tabulasi juga teridentifikasi sebagian besar responden telah bekerja sebagai pegawaitiga sampai lima tahun, pernyataan tersebut diakui oleh 38% responden sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit adalah responden yang memiliki masa kerja sebagai pegawai diatas lima tahun yaitu berjumlah 13.33% dari total seluruh responden.

Sesuai dengan porses tabulasi data teridentifikasi bahwa sebagian besar responden memiliki jabatan sebagai front office pada sejumlah perhotelan di Sumatera Barat yaitu berjumlah 56.67% sedangkan responden paling sedikit adalah responden yang memiliki jabatan sebagai Assistant general Manager yaitu hanya 13.33% dari total responden. Pada proses tabulasi data juga diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan karyawan dari hotel tidak berbintang di Sumatera Barat yaitu berjumlah 64.67% dari total seluruh responden sedangkan responden paling sedikit berasal dari hotel berbintang yaitu berjumlah 35.33% dari total seluruh responden.

#### **4.1.3. Analisis Penilaian Model Pengukuran**

Analisis penilaian model pengukuran terdiri dari beberapa tahapan pengujian diantaranya pengujian validitas dan kehandalan data melalui analisis outer loading, analisis *Cronbach's Alpha*, *Construck Reliability*, dan *Average Variance Extracted*. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan pengujian terlihat pada sub bab dibawah ini:

##### **1. Pengujian Instrumen Variabel *Intellectual Capital***

*Intellectual capital* merupakan variabel pertama yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari tiga dimensi yang diukur dengan 25 pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel *Intellectual Capital***

Item	<i>Factor loading</i>	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
HC1	0.789			
HC2	0.786			
HC3	0.753			
HC4	0.771			
HC5	0.725			
HC6	0.742			
HC7	0.756			
SC1	0.761			
SC2	0.744			
SC3	0.715			
SC4	0.682			
SC5	0.748	0.967	0.968	0.552
SC6	0.671			
SC7	0.714			
RC1	0.633			
RC10	0.714			
RC11	0.612			
RC2	0.712			
RC3	0.746			
RC4	0.770			
RC5	0.813			
RC6	0.793			
RC7	0.782			
RC8	0.819			
RC9	0.778			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Sesuai dengan hasil pengujian instrument terlihat bahwa empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur *intellectual capital* dinyatakan tidak valid karena tidak memiliki *factor loading* diatas 0.70. Pernyataan tersebut di eliminasi. Pernyataan yang tidak valid memiliki kode item RC1, RC11, SC4 dan SC6. Dengan demikian pengulangan pengujian validitas dengan mengeliminasi empat pernyataan yang mendukung variabel *intellectual capital* harus dilakukan.

Pengulangan pengujian berguna untuk memastikan bahwa variable *intellectual capital* telah didukung oleh pernyataan yang benar benar valid. Berdasarkan pengulangan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel *Intellectual Capital***

Item	<i>Factor loading</i>	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
HC1	0.788			
HC2	0.796			
HC3	0.756			
HC4	0.787			
HC5	0.735			
HC6	0.732			
HC7	0.767			
RC10	0.732			
RC2	0.706	0.964	0.966	0.586
RC3	0.740			
RC4	0.749			
RC5	0.811			
RC6	0.799			
RC7	0.793			
RC8	0.827			
RC9	0.792			
SC1	0.778			
SC2	0.755			
SC3	0.717			
SC5	0.732			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan pengulangan pengujian instrument diketahui 21 pernyataan yang mendukung variabel *intellectual capital* memiliki *factor loading* antara 0.706 – 0.827. Setiap pernyataan tersebut telah memiliki *factor loading* melebihi *cut off* 0.70. Dalam tahapan pengolahan data juga ditemukan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.964 serta nilai *Construct reliability* sebesar 0.966. Masing-masing koefisien tersebut telah berada diatas *cut off* 0.70, pada proses pengolahan data juga ditemukan nilai *Average Extracted Variance* (AVE) sebesar 0.586. Nilai AVE yang diperoleh berada diatas 0.50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam mengukur

variabel *intellectual capital* dinyatakan valid dan handal, sehingga dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

## 2. Hasil Pengujian Instrumen Variabel Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan terdiri dari lima dimensi yang diukur dengan 28 pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat Pada Tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel Orientasi Kewirausahaan**

Item	<i>Factor loading</i>	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
KN1	0.773			
KN2	0.753			
KN3	0.750			
KN4	0.752			
KN5	0.594			
KN6	0.633			
KN7	0.693			
KN8	0.637			
PRO1	0.482			
PRO2	0.695			
PRO3	0.758			
PRO4	0.691			
PRO5	0.659			
PRO6	0.749	0.967	0.968	0.522
PRO7	0.775			
RISK1	0.795			
RISK2	0.738			
RISK3	0.748			
KOMP1	0.770			
KOMP2	0.726			
KOMP3	0.766			
KOMP4	0.746			
KOMP5	0.790			
OTO1	0.790			
OTO2	0.744			
OTO3	0.757			
OTO4	0.695			
OTO5	0.676			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Sesuai dengan hasil pengujian instrument terlihat bahwa sepuluh pernyataan yang digunakan untuk mengukur orientasi kewirausahaan dinyatakan tidak valid karena tidak memiliki *factor loading* diatas 0.70. Pernyataan tersebut di eliminasi. Pernyataan yang tidak valid memiliki kode item KN5, KN6, KN7, KN8, PRO1, PRO2, PRO4, PRO5,

OTO4 dan OTO5. Dengan demikian pengulangan pengujian validitas dengan mengeliminasi sepuluh pernyataan yang mendukung variabel orientasi kewirausahaan harus dilakukan.

Pengulangan pengujian berguna untuk memastikan bahwa variable orientasi kewirausahaan telah didukung oleh pernyataan yang benar benar valid. Berdasarkan pengulangan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.6 di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel Orientasi Kewirausahaan**

<b>Item</b>	<b><i>Factor loading</i></b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
KN1	0.779			
KN2	0.763			
KN3	0.756			
KN4	0.761			
PRO3	0.730			
PRO6	0.744			
PRO7	0.780			
RISK1	0.814			
RISK2	0.752			
RISK3	0.761			
KOMP1	0.786			
KOMP2	0.734	0.959	0.962	0.585
KOMP3	0.776			
KOMP4	0.752			
KOMP5	0.787			
OTO1	0.792			
OTO2	0.740			
OTO3	0.755			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan pengulangan pengujian instrument diketahui 10 pernyataan yang mendukung variabel orientasi kewirausahaan memiliki *factor loading* antara 0.730 – 0.814. Setiap pernyataan tersebut telah memiliki *factor loading* melebihi *cut off* 0.70. dalam tahapan pengolahan data juga ditemukan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.959serta nilai *Construct reliability* sebesar 0.962. Masing-masing koefisien tersebut

telah berada diatas *cut off* 0.70, pada proses pengolahan data juga ditemukan nilai *Average Extracted Variance* (AVE) sebesar 0.585. Nilai AVE yang diperoleh berada diatas 0.50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel orientasi kewirausahaan dinyatakan valid dan handal, sehingga dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut

### 3. Hasil Pengujian Instrumen Variabel Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis terdiri dari lima dimensi yang diukur dengan 26 pernyataan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat Pada Tabel 4.7 di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel Kinerja Bisnis**

Item	<i>Factor loading</i>	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
PROF1	0.884			
PROF3	0.877			
PROF4	0.827			
PROF5	0.711			
PROF6	0.720			
PPS1	0.779			
PPS10	0.885			
PPS2	0.696			
PPS3	0.750	0.976	0.978	0.635
PPS4	0.850			
PPS5	0.781			
PPS6	0.815			
PPS7	0.813			
PPS8	0.852			
PPS9	0.866			
PP1	0.860			
PP2	0.882			
PP3	0.808			
PP4	0.692			
PB1	0.867			
PB2	0.902			
PB3	0.857			
PB4	0.724			
PB5	0.709			
PB6	0.082			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Sesuai dengan hasil pengujian instrument terlihat bahwa tiga pernyataan yang digunakan untuk mengukur kinerja bisnis dinyatakan tidak valid karena tidak memiliki

*factor loading* diatas 0.70. Pernyataan tersebut di eliminasi. Pernyataan yang tidak valid memiliki kode item PB6,PP4 dan PPS2. Dengan demikian pengulangan pengujian validitas dengan mengeliminasi tiga pernyataan yang mendukung variabel kinerja bisnis harus dilakukan.

Pengulangan pengujian berguna untuk memastikan bahwa variabel kinerja bisnis telah didukung oleh pernyataan yang benar benar valid. Berdasarkan pengulangan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.8 di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Pengujian Instrumen Variabel Kinerja Bisnis**

Item	<i>Factor loading</i>	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
PROF1	0.890			
PROF2	0.845			
PROF3	0.889			
PROF4	0.835			
PROF5	0.708			
PROF6	0.727			
PPS1	0.768			
PPS10	0.888			
PPS3	0.737			
PPS4	0.850			
PPS5	0.773			
PPS6	0.807	0.977	0.979	0.677
PPS7	0.815			
PPS8	0.860			
PPS9	0.867			
PP1	0.863			
PP2	0.889			
PP3	0.811			
PB1	0.871			
PB2	0.909			
PB3	0.862			
PB4	0.719			
PB5	0.712			

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan pengulangan pengujian instrument diketahui 23 pernyataan yang mendukung variabel keadilan organisasional memiliki *factor loading* antara 0.708–0.909. Setiap pernyataan tersebut telah memiliki *factor loading* melebihi *cut off* 0.70.

dalam tahapan pengolahan data juga ditemukan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.977serta nilai *Construct reliability* sebesar 0.979. Masing-masing koefisien tersebut telah berada diatas *cut off* 0.70, pada proses pengolahan data juga ditemukan nilai *Average Extracted Variance* (AVE) sebesar 0.677. Nilai AVE yang diperoleh berada diatas 0.50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwaseluruh pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel kinerja bisnis dinyatakan valid dan handal, sehingga dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

#### 4.1.4 *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* digunakan untuk mengetahui keunikan suatu konstruk (variabel) dari konstruk lainnya. Selain itu menurut Hair et al (2014) mengungkapkan analisis *discriminant validity* bertujuan untk memastikan bahwa setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur vairabel penelitian benar-benar tepat dan layak. Berdasarkan hasil pengujian *discriminant validity* yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat pada Tabel 4.9 di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Pengujian *Discriminan Validity***

	<b>Intelectual Capital</b>	<b>Kinerja Bisnis</b>	<b>Orientasi Kewirausahawan</b>
<b>Intelectual Capital</b>	0.765		
<b>Kinerja Bisnis</b>	0.158	0.823	
<b>Orientasi Kewirausahawan</b>	0.102	0.212	0.765

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan hasil pengujian *discriminant validity* terlihat variabel *intellectual capital* memiliki koefisien korelasi yang dimiliki setiap variabel utama telah lebih besar dibandingkan nilai koefisien korelasi yang berada dibawahnya, dengan demikian dapat

disimpulkan setiap variabel penelitian yang digunakan telah didukung oleh pernyataan yang tepat, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

#### 4.1.5 Analisis Cross Loading

Analisis *cross loading* berguna untuk memastikan kembali bahwa setiap variabel penelitian yang digunakan benar-benar telah didukung oleh pernyataan atau instrumen yang tepat dan terpercaya. Proses analisis *cross loading* juga dilakukan kedalam dua model analisis. Pada model *cross loading* pertama adalah variabel yang dimensi *intellectual capitalnya* digabung. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.10 dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Cross Loading**

	<b>Intellectual Capital</b>	<b>Kinerja Bisnis</b>	<b>Orientasi Kewirausahaan</b>
<b>HC1</b>	0.788		
<b>HC2</b>	0.796		
<b>HC3</b>	0.756		
<b>HC4</b>	0.787		
<b>HC5</b>	0.735		
<b>HC6</b>	0.732		
<b>HC7</b>	0.767		

	<b>Intellectual Capital</b>	<b>Kinerja Bisnis</b>	<b>Orientasi Kewirausahaan</b>
<b>KN1</b>			0.779
<b>KN2</b>			0.763
<b>KN3</b>			0.756
<b>KN4</b>			0.761
<b>KOMP1</b>			0.786
<b>KOMP2</b>			0.734
<b>KOMP3</b>			0.776
<b>KOMP4</b>			0.752
<b>KOMP5</b>			0.787
<b>OTO1</b>			0.792
<b>OTO2</b>			0.740
<b>OTO3</b>			0.755
<b>PB1</b>		0.871	

	Intellectual Capital	Kinerja Bisnis	Orientasi Kewirausahaan
PB2		0.909	
PB3		0.862	
PB4		0.719	
PB5		0.712	
PP1		0.863	
PP2		0.889	
PP3		0.811	
PPS1		0.768	
PPS10		0.888	
PPS3		0.737	
PPS5		0.773	
PPS6		0.807	
PPS7		0.815	
PPS8		0.860	
PPS9		0.867	
PRO3			0.730
PRO6			0.744
PRO7			0.780
PROF1		0.890	
PROF2		0.845	
PROF3		0.889	
PROF4		0.835	
PROF5		0.708	
PROF6		0.727	
RC10	0.732		
RC2	0.706		
RC3	0.740		
RC4	0.749		
RC5	0.811		
RC6	0.799		
RC7	0.793		
RC8	0.827		
RC9	0.792		
RISK1			0.814
RISK2			0.752
RISK3			0.761
SC1	0.778		
SC2	0.755		
SC3	0.717		
SC5	0.732		

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

)

Sesuai dengan hasil pengujian yang telah dilakukan terlihat bahwa masing masing variabel telah memiliki *factor loading* konstruk melebihi *factor loading* yang dimiliki variabel yang berada dibawah atau sebelah kanannya sehingga dapat disimpulkan masing masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel penelitian dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

#### 4.1.6 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan Predictive relevance ( $Q^2$ ) dan *predictive power* (*R-Square*) untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian dinilai t statistik dan *nilai P-value*. Besarnya nilai koefisien masing-masing jalur dapat dilihat dari nilai originale sample antar konstruk.

##### 4.1.6.1 Analisis *R-square*

Pada pengujian pertama *R-square* bertujuan untuk memastikan bahwa variabel penelitian yang membentuk model analisis yang digunakan merupakan variabel yang tepat yang diperlihatkan dari kontribusi persentase hasil pengujian yang diperoleh. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis *R-Square* Analisis I**

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Kinerja Bisnis</b>	0.064	0.050

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Pada model pertama variabel *intellectual capital* dan orientasi kewirausahaan hanya mampu memberikan kontribusi untuk memengaruhi kinerja bisnis pada hotel di Sumatera Barat sebesar 0,064 atau 6,4% sedangkan sisanya 100%, 6,4% lagi yaitu sebesar 93,6% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Sedangkan pada pengujian analisis kedua didapatkan hasil R-Square dari variabel kinerja bisnis yang terlihat pada Tabel 4.12 di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis R-square Analisis II**

	R Square	R Square Adjusted
<b>Kinerja Bisnis</b>	0.040	0.050

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

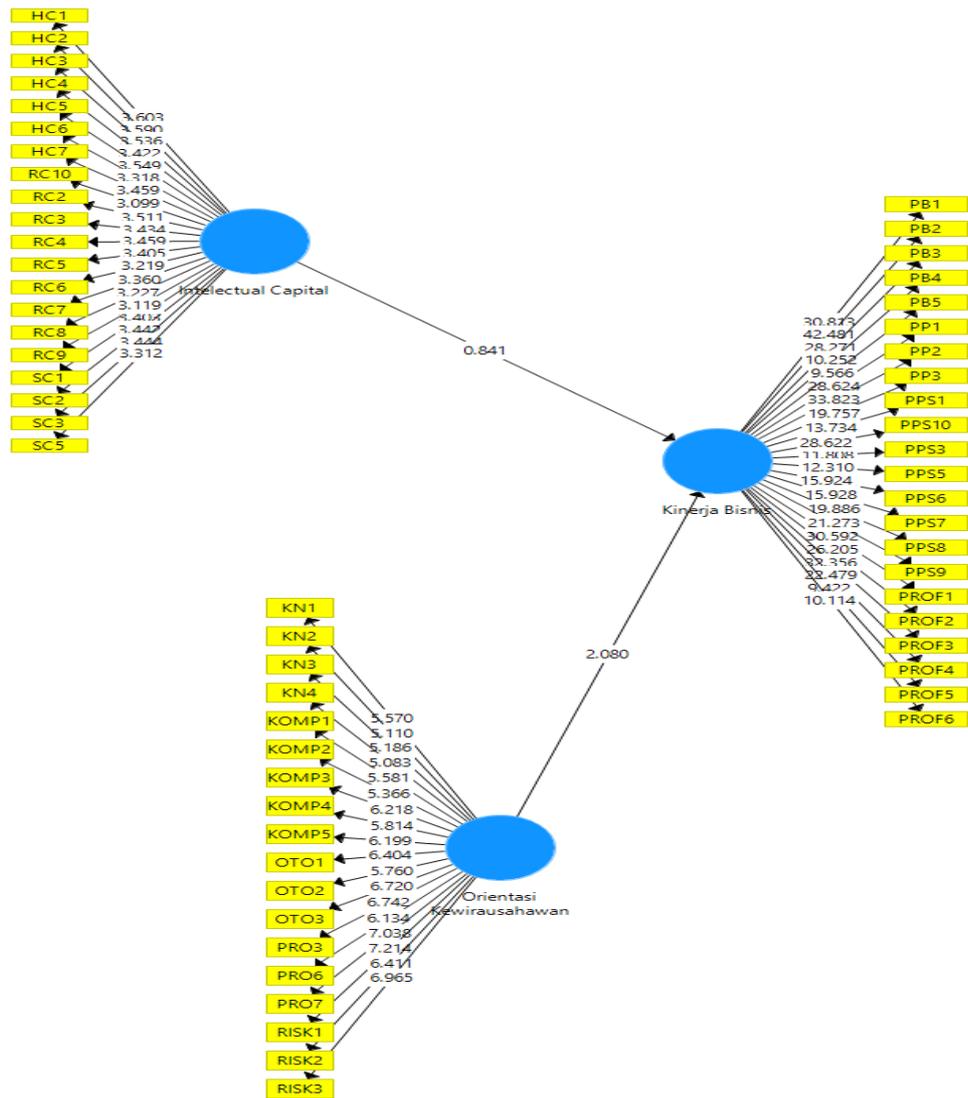
Pada model kedua variabel *intellectual capital* dan orientasi kewirausahaan hanya mampu memberikan kontribusi untuk memengaruhi kinerja bisnis pada hotel di Sumatera Barat sebesar 0.040 atau 4% sedangkan sisanya 100%, 4% lagi yaitu sebesar 96% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.1.6.2 Structural Model Assessment

*Structural Model Assessment* dibutuhkan untuk melihat hubungan variabel laten dengan variabel laten lainnya. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dalam pengujian menunjukkan semakin tepat pemilihan variabel yang digunakan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh struktural model assessment seperti terlihat pada Gambar 4.1 di bawah ini:

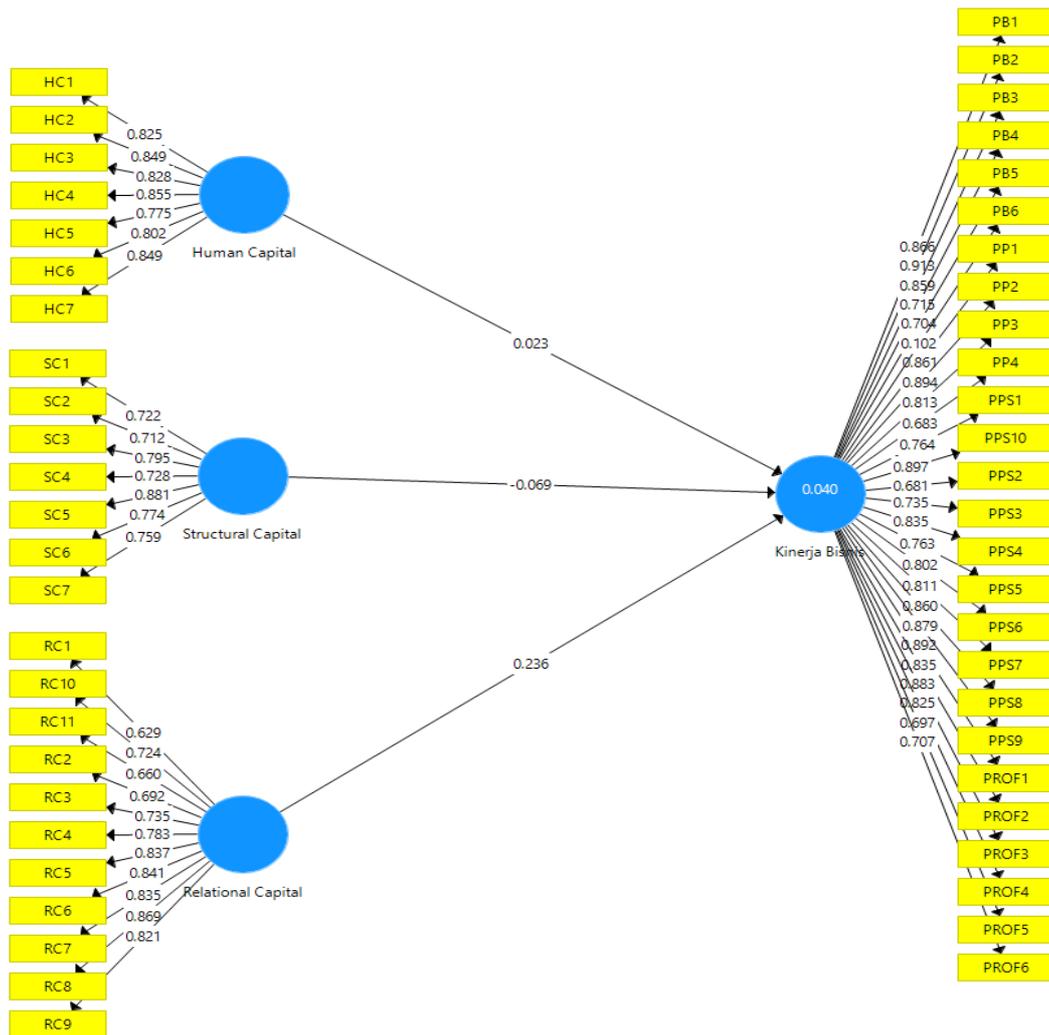
**Gambar 4.1**

#### **Structural Model Assessment**



Pada model kerangka struktural pertama terlihat masing masing sub struktur telah membentuk model yang tepat atau fit karena nilai koefisien determinasi yang dihasilkan pada masing masing model berada diatas 0.70 atau sama sama diatas 70% sehingga dapat disimpulkan model kerangka struktural gabungan yang terbentuk tepat (fit) dengan demikian tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

**Gambar 4.2**  
**Structural Model Assessment**



Pada model kerangka struktural kedua terlihat masing masing sub struktur telah membentuk model yang tepat atau fit karena nilai koefisien determinasi yang dihasilkan pada masing masing model berada diatas 0.70 atau sama sama diatas 70% sehingga dapat disimpulkan model kerangka struktural pecahan yang terbentuk tepat (fit) dengan demikian tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

#### 4.2 Hasil Pengujian Hipoteiss

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus di atas 1.96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dengan  $\alpha= 0.05$  dan di atas 196 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dengan  $\alpha= 0.10$  (Hair *et al.*, 2014). Tabel

4.13 berikut memperlihatkan nilai signifikansi dari semua hipotesis yang diuji dalam penelitian ini.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Analisis I**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<b>Intellectual Capital -&gt; Kinerja Bisnis</b>	0.138	0.139	0.164	0.841	0.401
<b>Orientasi Kewirausahaan -&gt; Kinerja Bisnis</b>	0.198	0.220	0.095	2.080	0.038

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Bisnisebesar 0.138 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.401. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-valuen*  $0.401 > cut\ off\ 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Pada tahapan pengujian statistik juga diperoleh nilai koefisien jalur yang menunjukkan besarnya pengaruh antara Orientasi Kewirausahaanterhadap Kinerja Bisnis sebesar 0.198.Pada tahapan pengujian statistik diperoleh nilai *P-value* sebesar 0.038. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0.05. Hasil yang diperoleh tersebutmenunjukkan nilai *P-value*0.038 berada dibawah tingkat kesalahan 0.05.Maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaanberpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Pada pengujian hipotesis kedua, peneliti memisahkan dimensi *intellectual capital* dan menguji pengaruh dimensi tersebut dengan variabel kinerja bisnis . berdasarkan hasil pengolahan data yan telah dilakukan diperoleh hasil yang terlihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Analisis Pengujian Hipotesis II**

Hubungan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
<b>Human Capital -&gt; Kinerja Bisnis</b>	0.042	0.044	0.149	0.281	0.779
<b>Relational Capital -&gt; Kinerja Bisnis</b>	0.155	0.124	0.160	0.963	0.031
<b>Structural Capital -&gt; Kinerja Bisnis</b>	-0.010	0.014	0.222	0.045	0.964

*Sumber: Hasil Olahan Data (2021)*

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *Human Capital* terhadap Kinerja Bisnis bertanda negatif sebesar 0.042sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.779. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai  $P\text{-value}0.779 > \text{cut off} 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Human Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Pada tahapan pengujian statistik juga diperoleh nilai koefisien jalur yang menunjukkan besarnya pengaruh antara Relational Capital terhadap Kinerja Bisnis sebesar 0.155.Pada tahapan pengujian statistik diperoleh nilai *P-value* sebesar 0.031. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0.05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan nilai  $P\text{-value}0.031$ jauh berada dibawah tingkat kesalahan 0.05. Maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan

bahwa *Relational Capital* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *structural capital* terhadap kinerja bisnis bertanda negatif sebesar -0.010 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.964. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-value*  $0.964 > \text{cut off } 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *structural capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *intellectual capital* terhadap kinerja bisnis sebesar 0.138 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.401. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-value*  $0.401 > \text{cut off } 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital* belum mampu mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis pada perhotelan di Sumatera Barat. Kondisi tersebut terjadi karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi secara signifikan peningkatan kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* yang

sudah dimiliki oleh perhotelan belum mampu meningkatkan secara signifikan kinerja bisnis yang ada di perhotelan di Sumatera Barat.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zeglat & Zigan,(2014) yang mengungkapkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karena *intellectual capital* yang dimiliki karyawan dan struktur internal yang ada di dalam perusahaan berperan penting terhadap peningkatan kinerja bisnis perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dan pihak – pihak yang memiliki kepentingan.

#### **4.3.2 Pengaruh *Human Capital* Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *human capital* terhadap kinerja bisnis sebesar 0.042 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.779. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-value*  $0.779 > \text{cut off } 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *human capital* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *human capital* belum mampu mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis pada perhotelan di Sumatera Barat. Kondisi tersebut terjadi karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi secara signifikan peningkatan kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa *human capital* yang dapat berupa ide, gagasan, wawasan, pengalaman yang dimiliki oleh karyawan ataupun pihak – pihak internal hotel belum mampu mendukung peningkatan kinerja bisnis yang ada di perhotelan di Sumatera Barat. Karena mereka sudah memiliki job desk tersendiri

yang harus mengikuti standar dan peraturan yang sudah ada, dan tidak bisa membuat keputusan atas gagasan tersendiri yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis hotel.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muda et al., (2020) yang mengungkapkan bahwa *human capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karna *human capital* yang dimiliki karyawan dan struktur internal yang ada di dalam perusahaan berperan penting terhadap peningkatan kinerja bisnis perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dan pihak – pihak yang memiliki kepentingan.

#### **4.3.3 Pengaruh *Structural Capital* Terhadap Kinerja Bisnis.**

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *structural capital* terhadap kinerja bisnis sebesar -0.010 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.964. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-value*  $0.964 > \text{cut off } 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *structural capital* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *structural capital* belum mampu mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis pada perhotelan di Sumatera Barat. Kondisi tersebut terjadi karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi secara signifikan peningkatan kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa *structural capital* yang berupa prosedur, rutinitas, teknologi dan sistem yang ada di dalam hotel belum mampu mendukung peningkatan kinerja bisnis, hal tersebut dapat terjadi karena sistem jaringan dan manajemen hotel belum optimal dalam meningkatkan produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muda et al., (2020) yang mengungkapkan bahwa *structural capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karna *structural capital* yang dimiliki karyawan dan struktur internal yang ada di dalam perusahaan berperan penting terhadap peningkatan kinerja bisnis perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dan pihak – pihak yang memiliki kepentingan.

#### **4.3.4 Pengaruh *Relational Capital* Terhadap Kinerja Bisnis.**

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel *relational capital* terhadap kinerja bisnis sebesar 0.155 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.031. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai  $P\text{-value} 0.031 > \text{cut off } 0.05$ . Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *relational capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *relational capital* mampu mempengaruhi secara signifikan peningkatan kinerja bisnis pada perhotelan di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa *relational capital* yang semakin tinggi yang berupa kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan atas pelanggan, pemasok, pemegang saham dan pemerintah dapat meningkatkan kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat. Karena dengan mementingkan kepuasan pelanggan dan selalu berorientasi ke pasar, perhotelan dapat meningkatkan kinerja serta laba, dan membuat pandangan terhadap perusahaan semakin baik ke depannya. Hal ini didapatkan dengan adanya pelanggan dan mitra kerja yang memiliki loyalitas terhadap perusahaan.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muda et al., (2020) yang mengungkapkan bahwa *relatioal capital* berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karna

*relatioanl capital* yang dimiliki karyawan dan struktur internal yang ada di dalam perusahaan berperan penting terhadap peningkatan kinerja bisnis perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dan pihak – pihak yang memiliki kepentingan.

#### **4.3.5 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis.**

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis sebesar 0.198 sedangkan nilai *P-value* yang dihasilkan dalam tahapan pengujian adalah sebesar 0.038. Proses pengolahan data dilaksanakan dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0.05. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *P-value*  $0.038 > \text{cut off } 0.05$  Maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Hasil analisis variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat membuktikan secara empiris bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka akan meningkatkan kinerja bisnis. Hasil ini mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan mampu menjelaskan variasi perubahan pada kinerja bisnis pada pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan orientasi kewirausahaan yang baik mampu meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian Musthofa et al., (2017) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Dan juga didukung oleh penelitian Haliq et al., (2018) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Karena semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki seorang pengusaha maka semakin tinggi pula kinerja bisnis yang akan dicapai. Upaya menciptakan nilai melalui

bisnis peluang, manajemen pengambilan risiko yang tepat, dan komunikasi yang dimiliki lima dimensi yaitu inovatif, proaktif, pengambilan risiko, agresifitas kompetitif, dan otonomy (Zhibin Lina et al, 2019). Artinya perhotelan yang melaksanakan orientasi kewirausahaan yang dicerminkan melalui inovatif, proaktif, pengambilan risiko, agresifitas kompetitif, dan otonomy yang baik mampu meningkatkan pertumbuhan assets yang mencerminkan kinerja bisnis di pariwisata perhotelan di Sumatera Barat.