

## PERANAN *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH

Fivi Anggraini<sup>1)</sup>, Teguh Ilhamda<sup>2)</sup> dan Nurhuda N.<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, Padang, Indonesia

email: <sup>1</sup>[fivianggraini@bunghatta.ac.id](mailto:fivianggraini@bunghatta.ac.id)

<sup>2</sup>[teguh.ilhamda12@gmail.com](mailto:teguh.ilhamda12@gmail.com)

<sup>3</sup>[nurhda\\_n@bunghatta.ac.id](mailto:nurhda_n@bunghatta.ac.id)

### ABSTRACT

*Entrepreneurial oriented companies either small and medium enterprises (SMEs) scales are demanded not only be capable of producing goods and services, but also must be competitive in innovation, information systems, knowledge, organizational management, and human resources. To carry out these purposes, the companies must be able to manage their intellectual capita in well manner. This study aims to examine the effect of elements of intellectual capital consisting of human capital, structural capital and relational capital on the entrepreneurial oriented SMEs in Padang. Sampling method deployed the Slovin Formula with a total of 100 sampled SMEs with a margin of 10%. The results of this study empirically proved that there were significant effects of the elements of intellectual capital i.e. human capital, structural capital and relational capital toward entrepreneurial orientation.*

**Keywords:** *entrepreneurial orientation; human capital; intellectual capital; relational capital; structural capital*

### ABSTRAK

Perusahaan berorientasi wirausaha, baik dalam skala usaha kecil dan menengah (UKM) tidak hanya harus menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga kompetitif dalam inovasi, sistem informasi, pengetahuan, manajemen organisasi, dan sumber daya manusia. Untuk menjalankan tujuan tersebut, perusahaan tersebut harus mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh unsur-unsur modal intelektual yang terdiri dari modal manusia, modal struktural dan modal relasional terhadap orientasi kewirausahaan pada UKM di Padang. Metode pengambilan sampel menggunakan Rumus Slovin dengan sampel sebanyak 100 UKM dengan margin 10%. Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari unsur-unsur modal intelektual yang terdiri dari modal manusia, modal struktural dan modal relasional terhadap orientasi kewirausahaan.

**Kata kunci:** modal intelektual; modal manusia; modal relasional; modal structural; orientasi kewirausahaan

---

*Detail Artikel :*

*Diterima : 31 Maret 2020*

*Disetujui : 26 Juli 2020*

*[DOI : 10.22216/jbe.v5i2.5233](https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5233)*

---

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah memberikan kontribusi dalam perkembangan perekonomian secara nasional maupun lokal (Hanu dan Ane, 2016). UKM menjadi usaha yang dilirik Negara dalam memberikan kontribusi yang baik dalam makro ekonomi dan membantu penerimaan Negara melalui pajak. Untuk itu UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif, serta persoalan-persoalan yang menghambat usaha-usaha pemberdayaan UKM harus dihilangkan (Al-Mamun *et al.*, 2017). Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan *United Nation Population Fund*, jumlah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 58,97 juta orang. Dengan jumlah tersebut, sektor UKM mampu menyerap 89,17 % tenaga kerja domestik. Sumbangan UKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp8.400 triliun setara dengan 60% dari Rp14.000 triliun PDB Indonesia di tahun 2018. Namun, kontribusi UKM yang besar secara agregat belum mencerminkan kinerja terbaik UKM Indonesia dalam persaingan pasar domestik maupun pasar mancanegara (Wardi, Susanto & Abdulah, 2017). Hal ini disebabkan oleh berbagai persoalan yang dihadapi para pelaku UKM di Indonesia diantaranya kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) pelaku UKM masih rendah dalam melakukan inovasi produk. Tantangan inovasi produk yang disebabkan kurangnya pengalaman berwirausaha, pembiayaan, dan kesulitan mengeksplorasi teknologi (Jones, 2013; Stevenson, 2010). Kelemahan ini tidak hanya menghambat pertumbuhan kinerja UKM tetapi juga melemahkan daya saing UKM pada suatu provinsi (Lantu *et al.*, 2016).

Provinsi Sumatera Barat sebagai pusat pemerintahan dengan Ibu Kota Padang yang terdiri atas 11 Kecamatan ditahun 2019 memiliki 2.953 UKM. Kota Padang sebagai salah satu sentral bisnis dengan jumlah UKM yang lebih banyak dari kabupaten dan kota lain di Provinsi Sumatera Barat. Data tersebut menunjukkan bahwa UKM di Ranah Minang memiliki potensi untuk berkembang sehingga diharapkan dapat bersaing dan memiliki pengetahuan yang tinggi berdasarkan 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. UKM dengan orientasi kewirausahaan diharapkan mampu bersaing pada inovasi, memiliki sistem informasi, pengetahuan, pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Impikasinya bahwa perlu menumbuhkan jiwa dan semangat kewirausahaan untuk mengembangkan produk atau layanan jasa baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Li *et al.*, 2020; Al-Mamun *et al.*, 2017). Oleh karena itu, organisasi bisnis pada UKM harus memperhatikan akan pentingnya *knowledge asset* (aset pengetahuan) sebagai salah satu bentuk aset tak berwujud atau lebih dikenal dengan *intellectual capital* untuk kemajuan usahanya (Al-Jinini *et al.*, 2019, Nakku *et al.*, 2019).

*Intellectual capital* atau modal intelektual merupakan salah satu sumber daya non fisik yang dimiliki suatu organisasi yang bernilai atau unik. *Intellectual capital* sebagai aset strategis dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi di berbagai bidang dan perspektif (Shaari, *et al.*, 2011; Vishnu & Gupta, 2014; Anggraini, *et al.*, 2018a, 2018b). *Intellectual capital* memiliki dimensi yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan orientasi kewirausahaan (Demartini & Beretta., 2020; Al-Jinini *et al.*, 2019).

Menurut Al-Jinini *et al.*, (2019); dan Demartini & Beretta (2020) bahwa orientasi kewirausahaan akan kuat bila memiliki *intellectual capital* yang cukup sebagai landasan dalam berwirausaha. *Intellectual capital* dan orientasi kewirausahaan sangat penting dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM). Dalam konteks ini, penting bagi UKM untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan dan inovasi dalam meningkatkan kemampuan UKM serta mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, terutama mengingat lingkungan bisnis dinamis yang sangat kompetitif saat ini (Demartini & Beretta., 2020; Monteiro, *et al.*, 2017).

Penelitian tentang orientasi kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah di Indonesia telah banyak diteliti diantaranya (Mustikawati & Tyasari 2014; Wardi & Susanto, 2017; Ilham, 2018). Hasil penelitiannya menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam peningkatan kinerja UKM. Penelitian *intellectual capital* terhadap orientasi kewirausahaan pada UKM di Indonesia masih sangat sedikit. Hanu & Ane (2016) menguji model *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *social capital* dan *organisasional capital* untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan pada sektor informal di Kota Medan. Disamping terbatasnya jumlah dan skope penelitian terdahulu dan tidak membahas secara komprehensif permasalahan saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk dilakukan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya yang fokus pada UKM. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dimensi *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* terhadap orientasi kewirausahaan usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Padang. Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan dapat mempromosikan pentingnya *intellectual capital* sebagai salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan orientasi kewirausahaan pada usaha kecil menengah di Kota Padang. Dengan demikian diharapkan penelitian ini menjawab salah satu upaya pemerintah dalam membina UKM untuk mencapai skala ekonomi yang lebih besar.

## **Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis**

### **Dimensi *Intellectual Capital* terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Menurut Dada & Watson (2017) pada prinsipnya orientasi kewirausahaan merupakan sifat, ciri dan watak yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan yang inovatif ke dalam dunia nyata yang dilakukan secara kreatif atau secara singkat dikatakan sebagai *ability to create thenew and different thing*, orientasi kewirausahaan sebagai proses, dengan gaya manajemen berorientasi aksi yang menggunakan inovasi dan perubahan sebagai fokus pemikiran dan perilaku. Florén *et al.*, (2016) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan salah satu sumber daya dan kapabilitas perusahaan.

Orientasi kewirausahaan mempunyai sikap mencari peluang, berani mengambil resiko, dan pengambilan keputusan yang didorong sifat kepemimpinan yang kuat dan memiliki nilai tertentu (Li *et al.*, 2020; Nakku, *et al.*, 2019). Orientasi kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam pencapaian keinginan untuk mengelola usahanya dengan memiliki sikap kemandirian (*self reliance*), keterbukaan (*extroversion*) dalam menentukan keputusan-keputusan yang bijak dalam mengembangkan usaha yang dirintisnya untuk dapat berkembang dengan baik (Al-Jinini *et al.*, 2019)

Dimensi *intellectual capital* meliputi *human capital*, *structural capital*, *relational capital* terhadap orientasi kewirausahaan telah menjadi poin yang menarik dalam penelitian (Demartini *et al.*, 2020; Azmi *et al.* (2013);. Mempertimbangkan sifat lingkungan bisnis saat ini, dalam hal ketidakpastian, kompleksitas, kompetisi yang intensif, dan perubahan teknologi yang dinamis, perusahaan yang berinvestasi secara substansial terhadap pengetahuan dan aset berbasis intelektual mereka lebih mampu mengidentifikasi peluang baru untuk menjadi pelopor bagi pesaing mereka. Thanos *et al.* (2017), dan Al-Jinini *et al.* (2019) telah membuktikan bahwa semua dimensi *intellectual capital* memiliki pengaruh pada orientasi kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pentingnya dimensi *intellectual capital* dan menjadi salah satu faktor upaya meningkatkan kemampuan orientasi kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah.

### ***Human Capital* terhadap Orientasi Kewirausahaan**

*Human capital* merupakan dimensi paling mendasar di antara dimensi *intellectual capital*. *Human capital* didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, kompetensi dan

atribut yang terkandung dalam individu yang memfasilitasi penciptaan kesejahteraan pribadi, sosial dan ekonomi (Anggraini *et al.*, 2018a, 2018b). Pengetahuan dan keterampilan sebagian besar diperoleh melalui pengalaman, baik pekerjaan di dalam maupun di luar, serta pembelajaran formal dan informal. Nilai ini penting dan memberikan kontribusi solusi bagi pelanggan, kreativitas dan inovasi (Amiri *et al.*, 2010). Teori *human capital* menunjukkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan yang dapat dieksploitasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Coleman, 1988). Dengan demikian *human capital* merupakan sumber daya manusia yang tidak dapat dilepaskan dari pengelolaan suatu bisnis. Ini dapat jelaskan sebagai kombinasi dari empat dasar yang terdiri dari warisan genetik, pendidikan, pendekatan dan pengalaman tentang kehidupan dan bisnis.

Investasi dalam *human capital* di dalam kewirausahaan memerlukan pengetahuan yang cermat, tingkat keterampilan yang baik dan berkompeten. Dengan demikian, pelaku usaha harus lebih selektif dalam menerima karyawan, memberikan pelatihan, pengembangan berkelanjutan dan memfasilitasi lingkungan yang kondusif untuk pembelajaran berkelanjutan, kreativitas, dan inovasi (Ramadan *et al.*, 2017). Hal ini pada hakikatnya dapat mengarah pada promosi perilaku yang berorientasi kewirausahaan dan praktik-praktik yang mendukung usaha yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha (Dada & Watson, 2017).

Menurut Dimov (2017) *human capital* pada orientasi kewirausahaan merupakan kombinasi pengalaman kerja, pengalaman manajerial, dan pendidikan karyawan sangat penting untuk meningkatkan kewirausahaan. Dengan demikian, kehadiran *human capital* dengan pengalaman yang beragam memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan tindakan yang dibuat, serta memungkinkan perusahaan untuk mendeteksi perubahan pasar dan tren dengan lebih baik, yang membuat mereka lebih mampu menangkap peluang dengan cepat pada pasar dan mencapai kinerja inovatif (Demartini & Beretta, 2020). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin rendah *human capital* pelaku sektor informal maka akan semakin rendah orientasi kewirausahaannya. Menurut Al-Jinini *et al.* (2019) menyatakan *human capital* memiliki pengaruh yang kuat terhadap orientasi kewirausahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh *human capital* terhadap orientasi kewirausahaan.

### **Structural Capital terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Dimensi kedua dari *intellectual capital* adalah *structural capital* atau modal struktural merupakan sistem dan struktur organisasi. *Structural capital* adalah istilah lain dari modal organisasi yang menawarkan posisi kompetitif dan memberikan kinerja yang unggul. Menurut (Amiri *et al.*, 2010; Anggraini *et al.*, 2018a, 2018b) mengklasifikasikan *structural capital* ke dalam budaya perusahaan, budaya organisasi, struktur organisasi, pembelajaran organisasi, proses operasional, dan sistem informasi. Secara umum, *structural capital* terdiri dari infrastruktur, kebijakan sistem dan prosedur (Khalique *et al.*, 2011).

Penelitian Al-Mamun *et al.*, (2017) dan Chien (2014) menemukan korelasi yang kuat antara *organizational capital* atau *structural capital* terhadap orientasi kewirausahaan. Mereka menyatakan bahwa wirausaha yang fokus membangun budaya organisasi, yang mendorong hubungan kolaboratif dengan pelanggan dan pemasok, memiliki pemasaran, teknologi, dan keuangan yang menguntungkan kemampuan, memiliki dampak yang lebih besar pada proaktif, otonomi, dan inovasi, semua aspek orientasi kewirausahaan (Chirico & Nordqvist, 2010). Studi mereka juga menunjukkan bahwa ketika organisasi memfokuskan orientasi kewirausahaan sebagai sifat budaya organisasi, menjadi lebih mampu menangkap peluang karena orientasi budaya kewirausahaan seperti itu memfasilitasi organisasi mengatasi dan mencegahnya dari jatuh ke dalam perangkap kekakuan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Chien, 2014; Grewal *et al.*, 2011). Di sisi lain, organisasi yang mahir dalam mendesain *structural*

*capital*, dalam hal mengembangkan proses bisnis, rutinitas, dan pekerjaan metode yang mendukung inovasi dan kreativitas, lebih mampu mengembangkan kegiatan kewirausahaan mereka, yang memungkinkan mereka untuk menjadi lebih proaktif dalam mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengungguli pesaing (Demartini & Beretta 2020, Giriati, 2017; Azmi *et al.*, 2013; Al-Jinini *et al.*, 2019). Berdasarkan penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

*H<sub>2</sub>*: Terdapat pengaruh *structural capital* terhadap orientasi kewirausahaan.

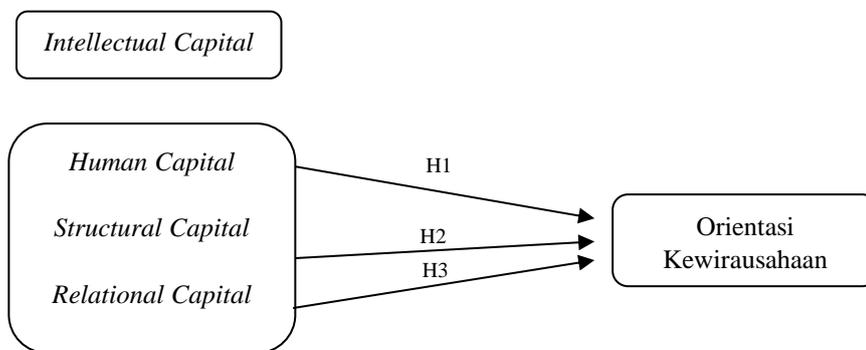
**Pengaruh *Relational Capital* Terhadap Orientasi Kewirausahaan**

*Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan mitranya, baik yang berasal dari pemasok, pelanggan, pemerintah maupun masyarakat disekitarnya, (Demartini & Beretta 2020; Giriati, 2017). Pentingnya hubungan yang saling menguntungkan dan jejaring sosial antara organisasi dengan pemangku kepentingannya diyakini memiliki efek positif terhadap orientasi kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah. Al-Jinini *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *relational capital* sangat kuat mempengaruhi perkembangan orientasi kewirausahaan. Perusahaan tertarik berinvestasi dalam membangun kemampuan jejaring dengan pihak luar karena mengharapkan sejumlah hasil positif. Dalam hal mengakses sumber daya berharga dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menangkap peluang, mengembangkan posisi kompetitif dan mendorong karyawan dan manajer untuk mencari peluang bisnis baru serta cara mengembangkan ide bisnis untuk mengeksploitasinya. Seperti investasi dalam organisasi *relational capital* meningkatkan pengembangan orientasi kewirausahaan yang menekankan proaktif, otonomi, pengambilan risiko, dan inovasi (Demartini & Beretta 2020; Gruber-Muecke & Hofer, 2015). Akibatnya, orientasi kewirausahaan biasanya lebih kuat di perusahaan-perusahaan yang memiliki lebih kaya, lebih beragam, dan jaringan relasional yang lebih luas, karena ini akan memungkinkan mereka untuk terlibat dalam pertukaran yang bermanfaat dengan mitra penting (Stam & Elfring, 2008). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

*H<sub>3</sub>*: Terdapat pengaruh *relational capital* terhadap orientasi kewirausahaan.

**Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dan kajian literature maka kerangka konseptual penelitian disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

## **METODE PENELITIAN**

Populasi penelitian ini adalah pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terdaftar pada Dinas Koperasi & UMKM Kota Padang Sumatera Barat dengan jumlah 2.953 UKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Rumus Slovin dengan sampel sebanyak 100 UKM dengan margin 10%. Dengan menggunakan metode ini akan memudahkan peneliti dalam memilih responden untuk dijadikan sampel karena dapat memilih responden secara lebih khusus dalam proses pengambilan sampel. Regresi linear berganda digunakan dalam teknik analisis data.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode survey. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang disebarakan kepada sampel penelitian yaitu pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di kota Padang Sumatera Barat. Kuisisioner dibagikan dengan cara mendatangi UKM ke tempat usahanya secara langsung.

### **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi Kewirausahaan merupakan perilaku dan tren yang bertujuan berfokus pada eksploitasi, mengidentifikasi, merebut, dan menciptakan peluang melalui pemanfaatan dan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman (Li *et al.*, 2020; Simsek & Heavey, 2011). Kuesioner yang digunakan dalam variabel ini didopsi dari penelitian (Al-Jinini *et al.*, 2019) yang terdiri dari delapan belas pertanyaan dengan menggunakan skala likert lima poin dari rentangsangat setuju (5) sampai Sangat Tidak Setuju (1). Orientasi kewirausahaan diukur melalui lima dimensi yaitu :

#### **Inovasi**

Pertama, inovasi mengacu pada penyajian ide-ide baru, eksperimen, praktik dan prosedur kreatif, dan eksploitasi peluang baru yang menghasilkan pengembangan produk, layanan, dan proses teknologi baru. Oleh karena itu diukur melalui pengembangan lima item pertanyaan berdasarkan studi yang relevan (Buli, 2017; Li *et al.*, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Monteiro *et al.*, 2017; Sok *et al.*, 2017).

#### **Otonomi**

Kedua, otonomi mengacu pada independensi yang diberikan kepada karyawan untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan pendelegasian wewenang untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Empat item pertanyaan dikembangkan dengan mengacu pada (Li *et al.*, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Monteiro *et al.*, 2017; Ndubis *et al.*, 2014).

#### **Resiko**

Ketiga, pengambilan risiko bertujuan mengambil tindakan berani ketidakpastian dan keinginan untuk melakukan sumber daya substansial untuk menjelajah di lingkungan yang tidak pasti dengan kemungkinan kegagalan, hampir berurusan dengan risiko yang diperhitungkan. Skala ini terdiri dari tiga item pertanyaan yang dikembangkan dengan merujuk pada studi sebelumnya (Buli, 2017; Li *et al.*, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Monteiro *et al.*, 2017; Ndubis *et al.*, 2014; Sok *et al.*, 2017)

#### **Kompetitif**

Keempat, agresivitas kompetitif mengacu pada intensitas kompetisi, menjadi yang terdepan dari pesaing lain dengan memiliki kemampuan untuk mengungguli mereka.

Agresivitas seperti itu menjadi terlembaga dalam struktur dan budaya organisasi karena menjadi kode praktik yang didukung penuh oleh semua level manajerial. Berdasarkan ini, tiga item pertanyaan dikembangkan dengan merujuk pada studi sebelumnya (Buli, 2017; Li *et al.*, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Monteiro *et al.*, 2017; Ndubis *et al.*, 2014; Sok *et al.*, 2017)

**Proaktif**

Proaktif merupakan sikap organisasi dalam melangkah maju dan bertindak pada keinginan dan kebutuhan pasar dimasa yang akan datang, dengan kata lain menghasilkan keuntungan penggerak pertama. Itu bisa ditunjukkan sebagai visi masa depan untuk mengalokasikan peluang untuk produk atau layanan baru. Karenanya, perusahaan proaktif dikenal sebagai pelopor yang mengeksplorasi peluang yang muncul. Tiga item pertanyaan diadopsi dari penelitian lain (Li *et al.*, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Monteiro *et al.*, 2017) untuk mengukur konstruk ini.

**Intellectual Capital**

*Intellectual capital* merupakan intelektual pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual, pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan (Engelman *et al.*, 2017; Han & Li, 2015; Ramadan *et al.*, 2017; Seleim & Khalil, 2011; Anggraini *et al.*, 2018; Al-Jinini *et al.*, 2019). Kuesioner yang digunakan dalam variabel ini didopsi dari Al-Jinini *et al.* (2019) dengan menggunakan skala Likert lima poin dari rentang sangat setuju (5) sampai Sangat Tidak Setuju (1). *Intellectual capital* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* didefinisikan dan diukur sebagai berikut:

**Human Capital** didefinisikan sebagai kekuatan pemikiran karyawan yang memiliki keterampilan, kemampuan, kompetensi, kreativitas, pendidikan dan kualifikasi berkualitas tinggi, dan pengalaman untuk menemukan solusi praktis untuk tuntutan pelanggan. Oleh karena itu diukur melalui pengembangan delapan item pertanyaan.

**Structural capital** mengacu pada jumlah akumulasi pengetahuan yang dihasilkan melalui nilai-nilai bersama yang membentuk pengetahuan yang kolektif. Indikator *structural capital* yaitu budaya, rutinitas, instruksi, prosedur, sistem dan perkembangan teknologi dan intelektual.

**Relational capital** merupakan hubungan organisasi dengan semua pihak dan pemangku kepentingan terkait, termasuk kapasitas karyawan untuk mengembangkan dan memelihara koneksi dengan pihak-pihak afiliasi seperti pelanggan dan pemasok.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Prosedur Pengumpulan Data**

Proses rincian pengumpulan kuesioner dapat terlihat pada Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah kuisisioner yang dijadikan sebagai responden yang diolah dalam penelitian ini berjumlah 98 atau 98 % dari total seluruh responden.

**Tabel 1**  
**Rincian Pengumpulan Kuisisioner**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Jumlah Kuisisioner yang disebarkan	100	100
2	Jumlah Kuisisioner yang kembali	98	98
3	Jumlah Kuisisioner yang tidak kembali	2	2
4	Jumlah Kuisisioner yang rusak/tidak lengkap	0	0
5	Jumlah Kuisisioner yang diolah	98	98

### Demografi responden

Karakteristik responden yang menjawab kuisioner berdasarkan tabel 2 lebih didominasi responden laki-laki dengan jumlah 62 orang atau 62,2%, dibandingkan dengan perempuan yang berjumlah 36 orang atau 36,8% dengan umur kecil dari 35 tahun. Dilihat dari jenjang Pendidikan lebih banyak tamatan SMU. Berdasarkan kepemilikan laporan keuangan teridentifikasi hanya sebagian kecil responden membuat atau memiliki laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yaitu berjumlah 31 orang atau 31,6%, sedangkan responden yang tidak membuat atau memiliki laporan keuangan sesuai standar akuntansi yaitu berjumlah 67 orang atau 68,4%.

**Tabel 2**  
**Demografi Responden**

<b>Demografis</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Umur</b>		
<35 tahun	30	30,6
35 – 45 tahun	25	25,5
45 – 55 tahun	26	26,5
>55 tahun	17	17,4
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
SMU	30	30,7
Diploma	25	25,5
S1	7	7,1
S2	4	4,1
S3	1	1
Lainnya	31	31,6
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	62	62,2
Perempuan	36	36,8
<b>Lama Usaha</b>		
< 5 Tahun	41	41,8
> 5 Tahun	57	57,2
<b>Memiliki Laporan Keuangan</b>		
Sudah	31	31,6
Belum	67	68,4

### Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif untuk mendapatkan deskripsi dari data masing- masing- masing variabel penelitian ini. Deskripsi dari data penelitian ini dilihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, kisaran teoritis dan aktual. Hasil statistik deskriptif setiap variabel ditunjukkan pada Tabel 3. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai standard deviasi variabel orientasi kewirausahaan sebesar 4.857 lebih besar dibandingkan dengan *structural capital* dengan nilai 1.823. Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat baik dalam mengembangkan orientasi kewirausahaan. Sedangkan *structural capital* memiliki pengaruh cukup dalam meningkatkan orientasi kewirausahaan.

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Rata-Rata	Standar Deviasi
<i>Human Capital</i> (X <sub>1</sub> )	98	8-40	23-40	33,112	3,478
<i>Structural Capital</i> (X <sub>2</sub> )	98	4-20	12-20	16,183	1,823
<i>Relational Capital</i> (X <sub>3</sub> )	98	6-30	15-29	23,979	2,385
Orientasi Kewirausahaan (Y)	98	18-90	52-83	72,122	4,857

Sumber: data primer yang diolah, 2019

### Hasil Pengujian Validitas

Berdasarkan proses pengujian yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	<i>Factor Loading</i>	KMO	Keterangan
<i>Human Capital</i> (X <sub>1</sub> )	0,497-0,786	0,702	Valid
<i>Structural Capital</i> (X <sub>2</sub> )	0,797-0,882	0,566	Valid
<i>Relational Capital</i> (X <sub>3</sub> )	0,561-0,844	0,604	Valid
Orientasi Kewirausahaan (Y)	0,435-0,731	0,701	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4 terlihat pada variabel *human capital* memiliki nilai KMO sebesar 0,702 dengan *factor loading* terendah sebesar 0,497 sedangkan tertinggi adalah 0,786. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *factor loading* yang dihasilkan diatas 0,40. Maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *human capital* valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya. Sedangkan variabel *structural capital* memiliki nilai KMO terendah sebesar 0,566 dari semua variabel lainnya. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai KMO besar dari 0,50. Adapun nilai *factor loading* terendah sebesar 0,797 sedangkan tertinggi adalah 0,882. Maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *structural capital* valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

### Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas variabel menggunakan *cronbach alpha*. Apabila nilai *cronbach alpha* > 0,50 maka suatu variabel dikatakan reliabel. Hasil pengolahan data bahwa variabel *human capital* memiliki *cronbach alpha* yang lebih tinggi sebesar 0,752 dibandingkan dengan variabel lainnya. Disimpulkan bahwa semua variabel reliabel karena nilai *cronbach alpha* diatas 0.05 lihat Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	<i>Cut off</i>	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
<i>Human Capital</i> (X <sub>1</sub> )	0,60	0,752	Reliabel
<i>Structural Capital</i> (X <sub>2</sub> )	0,60	0,676	Reliabel
<i>Relational Capital</i> (X <sub>3</sub> )	0,60	0,546	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (Y)	0,60	0,688	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2019

**Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6. Semua variabel penelitian ini yaitu *Human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap orientasi kewirausahaan

**Tabel 6**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	Koefisien Regresi	t	P-value	Hipotesis	Model statistik
(Constant)	7.290	2.969	0.004		R= 0.860
<i>Human capital</i>	0.180	2.707	0.008	H <sub>1</sub> Diterima	= Adjusted R <sup>2</sup> = 0.732
<i>Structural capital</i>	1.168	9.910	0.000	H <sub>2</sub> Diterima	= F = 89.207
<i>Relational capital</i>	0.566	6.789	0.000	H <sub>3</sub> Diterima	= P < 0.05

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

**Pembahasan**

***Human Capital* terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Berdasarkan Tabel 6 bahwa *human capital* memiliki nilai signifikan sebesar 0,008 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel *human capital* berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil pengujian hipotesis pertama ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Al-Jinini *et al.*, 2019; Dimov, 2017; Khalique *et al.*, 2011; Dada & Watson, 2017; Ramadan *et al.*, 2017). Hal ini dikatakan bahwa adanya sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki pengetahuan yang cukup terkait dalam pengembangan usaha. Dengan demikian pekerja bisnis yang memiliki kemampuan baik dan pengalaman yang tinggi akan membantu organisasi untuk menciptakan pengetahuan dan mampu mengadopsi informasi dari luar untuk dimanfaatkan dalam organisasi terutama dalam memperbaiki organisasi pembelajaran dan inovasi. Organisasi pembelajaran dan inovasi tersebut merupakan bentuk operasionalisasi dari orientasi kewirausahaan. Implikasi dari hasil penelitian ini bahwa implementasi *intellectual capital* yang dalam konteks ini adalah *human capital* yang secara operasional diukur dengan kemampuan, pengalaman, keahlian dan kemampuan bekerja sama dalam tim akan sangat membantu pengembangan organisasi bisnis. Dengan *human capital* yang mapan akan memudahkan strategi memanfaatkan peran penting dalam meningkatkan sumber daya manusia untuk menjadi seorang wirausaha. SDM yang memiliki pengetahuan yang tinggi akan menunjukkan kecenderungan untuk berperilaku lebih jelas dan terarah. Potensi yang ada dalam *human capital* akan memudahkan pencapaian kinerja wirausaha yang tinggi karena orientasi kewirausahaan yang jelas. *Human capital* yang ditunjukkan dengan tingkat pendidikan yang tinggi, pengalaman yang tinggi dapat meningkatkan pilihan dan aplikasi dalam orientasi kewirausahaan.

***Structural Capital* terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Berdasarkan Tabel 6 bahwa *structural capital* memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kecil dari 0,05 yang artinya variabel *structural capital* berpengaruh kuat terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Demartini & Beretta, 2020; Azmi *et al.*, 2013; Al-Jinini *et al.*, 2019). Kemampuan berwirausaha masyarakat dalam suatu negara tergantung pada kombinasi yang sangat istimewa dari faktor-faktor budaya

kerja yang terorganisir. Budaya tersebut bila diimplementasikan dalam bisnis akan menjadi sumber utama untuk melakukan inovasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Hofstede (2010) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi budaya yang dapat mempengaruhi orientasi kewirausahaan diantaranya adalah *individualism*, *masculinity*, *uncertainty avoidance*, *power distance* dan *long-vs. short-term orientation*.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa orientasi kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses produksi, budaya organisasi, filosofi manajemen, sistem akuntansi yang terintegritas dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal. Operasionalisasi dari budaya kerja tersebut adalah sikap, nilai dan perilaku yang semuanya akan menjadi dasar bagi pelaku bisnis dalam hal ini adalah UKM untuk memahami lebih dalam tentang pengelolaan usaha yang dijalankan. Artinya beberapa dimensi budaya tersebut akan menjembatani pelaku sektor informal dalam memahami filosofi manajemen usaha yang dikelolanya. Semakin tinggi filosofi manajemen usaha yang dipahami oleh pelaku UKM maka akan semakin tinggi orientasi kewirausahaannya.

### **Relational Capital terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu *relational capital* memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kecil dari 0,05 yang artinya variabel *relational capital* berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat (Demartini & Beretta, 2020; Giriati, 2017; Gruber-Muecke & Hofer, 2015; dan Al-Jinini *et al.*, 2019). Hal ini dijelaskan bahwa *relational capital* menjadi dasar yang baik bagi pengembangan aktivitas kewirausahaan dalam memfasilitasi pencapaian daya saing bisnis. *Relational capital* memainkan peran penting dalam kegiatan kewirausahaan karena proses sosial-ekonomi tergantung pada hubungan antara perusahaan dengan pihak eksternal, bisnis yang baik akan terjalin antara hasil dari produk lingkungan sosial dan yang bisnis merupakan kegiatan sosial yang keberadaannya akan sangat dipengaruhi oleh adanya hubungan sosial dan koneksi. Dengan demikian implikasinya bahwa *relational capital* merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Rational capital* merupakan hubungan yang harmonis atau *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut yang dapat meningkatkan orientasi kewirausahaannya.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini berhasil membuktikan secara empiris bahwa peranan *intellectual capital* yang terdiri dari *human capital*, *structural capital* dan *relational capital* terhadap orientasi kewirausahaan pada UKM di Padang. Hasil hipotesis pertama bahwa *human capital* yang diprosikan dalam bentuk pengetahuan, keahlian, ketrampilan, kompetensi dan pengalaman menjadi dasar dalam menggerakkan perilaku wirausaha pelaku sektor informal signifikan mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan. Mengingat hal tersebut maka perlu perhatian dari berbagai pihak baik Perguruan tinggi, pemerintah dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM, serta BUMN dan Swasta untuk dapat melakukan pendampingan bagi pelaku UKM agar dapat meningkatkan pengetahuan, keahlian, ketrampilan, kompetensi dan pengalaman melalui pendidikan dan pelatihan.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada hipotesis kedua *structural capital* terbukti signifikan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *struktural capital* timbul dari proses dan nilai perusahaan, yang mencerminkan fokus internal dan eksternal dari perusahaan, ditambah pengembangan dan pembaharuan nilai untuk masa depan. Jika usaha bisnis memiliki sistem dan prosedur yang baik dalam menjalankan aktivitas usahanya maka akan berdampak dalam meningkatkan orientasi kewirausahaannya. Untuk itu perlu adanya program pendampingan *structural capital* dalam bentuk strukturisasi organisasi dan manajemen UKM agar usaha yang dikembangkan teratur dan rapi sehingga unit usaha yang dikelola nantinya berkembang ke arah usaha bisnis yang lebih besar.

Terakhir hipotesis ketiga juga terbukti signifikan *relational capital* berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan. Untuk itu, *relational* yang kuat akan dapat meningkatkan kepercayaan diantara pelaku usaha dengan pihak eksternal baik itu pelanggan, pemasok maupun pemodal. Dengan demikian dapat memunculkan ide-ide inovatif, proaktif berani mengambil resiko dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan produktifitas dan pada akhirnya berdampak terhadap orientasi kewirausahaannya,

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jinini, D.K., Dahiyat. S.E, & N, B. (2019). Intellectual Capital, Entrepreneurial Orientation, And Technical Innovation In Small And Medium-Sized Enterprises. *Knowledge Process. Management Decision*, 55(3), 474–490.
- Al Mamun. A, Kumar. N., Ibrahim M.D and Hakimin. M.N, (2017). Validing The Measurement of Entrepreneurial Orientation, *Economic & Sociology* 10(4), 44-53.
- Amiri, A. N., Jandghi, G., Alvani, S. M., Hosnavi, R., and Ramezan, M. (2010). Increasing the Intellectual Capital in Organisation: Examining the Role of Organisational Learning. *European Journal of Social Sciences*, 14(1), 98–108.
- Anggraini, F., Abdul-Hamid, M. A., & Azlina, M. K. A. (2018a). The Role of Intellectual Capital on Public Universities Performance in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(4), 2453–2472.
- Anggraini, F., Abdul-Hamid, M. A., & Azlina, M.K.D. (2018b). Competitive Advantage as mediating Role of Intellectual Capital and University Performance: An empirical study in Indonesia. *International Journal of Economics and Management*, 12 (2), 351–363.
- Azmi, N., Mohammad, B., Ansari, M., Ologbo, A. C., & Rezaei, G. (2013). Investigating The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance and Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *International Review of Business Research Papers*, 9(3), 99–113.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation And Performance Of Smes In The Manufacturing Industry: Evidence From Ethiopian Enterprises. *Management Research Review*, 4(3), 292–309.
- Chen, C.-N., Tzeng, L.C., Ou, W.M., & Chang, K.T. (2007). The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures. *Contemporary Management Research*, 3(3), 213–232.
- Chien, S. Y. (2014). Franchisor Resources, Spousal Resources, Entrepreneurial Orientation, and Performance in A Couple-Owned Franchise Outlet. *Management Decision*, 52(5), 916–933.
- Chirico, F., & Nordqvist, M. (2010). Dynamic Capabilities and Trans-Generational Value Creation in Family Firms: The Role of Organizational Culture. *International Small Business Journal*, 28(5), 487–504.
- Coleman, J. (1988). Social Capital In The Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*.

- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic Process Effects On The Entrepreneurial Orientation—Sales Growth Rate Relationships. *Review of Managerial Science*, 30(1), 57–81.
- Dada, O., & Watson, A. (2017). Entrepreneurial Orientation And The Franchise System: Organizational Antecedents And Performance Outcomes. *European Journal of Marketing*, 47(5/6), 790–812.
- Demartini, M.C & Beretta. V (2020). Intellectual Capital and SMEs Performance: A structured literature review. *Journal of Business and Economics Review* 58(2), 288-332
- Dimov, D. (2017). Towards A Qualitative Understanding Of Human Capital In Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(2), 210–227.
- Engelman, R. M., Fracasso, E. M., Schmidt, S., & Zen, A. C. (2017). Intellectual Capital, Absorptive Capacity And Product Innovation. *Management Decision*, 55(3), 474–490.
- Florén, H., Rundquist, J., & Fischer, S. (2016). Entrepreneurial Orientation And Human Resource Management: Effects From HRM Practices. *Journal of Organizational Effectiveness*, 3(2), 164–180.
- Giriati (2017). Moderating Business Environment Influence on Individual Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Orientation Toward Business Performance. *Journal of Business and Economics Review* 2 (3) 26-32.
- Grewal, D., Iyer, G. R., Javalgi, R. R. G., & Radulovich, L. (2011). Franchise Partnership and International Expansion: A Conceptual Framework and Research Propositions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(3), 533–557.
- Gruber-Muecke, T., & Hofer, K. M. (2015). Market Orientation, Entrepreneurialorientation and Performance in Emerging Markets. *International Journal of Emerging Markets*, 10(3), 560–571.
- Han, Y., & Li, D. (2015). Effects of Intellectual Capital on Innovative Performance: The Role of Knowledge-Based Dynamic Capability *Management Decision*, 53(1), 40–56.
- Hanu. L., & K, A. (2016). Model Intellectual Capital untuk Meningkatkan Orientasi Kewirausahaan Sektor Informal di Kota Medan. *Jurnal Saintika*, VIII7(2), 24–32.
- Hofstede, G. (2010). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1–26.
- I, M. R., & Tysari. (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi & Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha. *Modernisas*, 10(1), 23–37.
- Ilham, J. D. (2018). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Karakteristik Wirausahaan, Terhadap Kinerja Usaha. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 12(2), 20-28
- Jones, G. R. (2013). *Organizational Theory , Design , and Change* (Pearson Ed). New Jersey.
- Khalique, M., Isa, A. H. B. M., Shaari, N., Abdul, J., & Ageel, A. (2011). Challenges Faced By the Small And Medium Enterprises ( SMEs ) in Malaysia : An Intellectual Capital Perspective *International Journal of Current Research*, 3(6), 398–401.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia : Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93.
- Li.K, Wang.X., and Timon (2020). Entrepreneurial Orientation Online Credibility ad online performance: Evidence from SMEs in a B2B electronic market in China. *Journal of Small Business Management* 1(2), 30-42.
- Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2017). Linking Intangible Resources and Export Performance: The Role Of Entrepreneurial Orientation And Dynamic Capabilities. *Journal of Management*, 12(3), 329–347.
- Nakku, B.V, Abola, F.W, Miles. M .P and Mahmood.A (2019). The Interrelationship between

- SME Government Support Programs, Entrepreneurial Orientation, and Performance: A developing Economy Perspective. *Journal of Small Business Management* 58(1), 2-31.
- Oly, N., James, N., & Agarwal, J. (2014). Quality performance of SMEs in a developing economy: direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation.
- Ramadan, B. M., Dahiyat, S. E., Bontis, N., & Al-dalahmeh, M. A. (2017). Intellectual Capital, Knowledge Management and Social Capital Within The ICT Sector in Jordan. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 437–462.
- Seleim, A. A. S., & Khalil, O. E. M. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship : a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586–614.
- Simsek, Z., & Heavey, C. (2011). The Mediating Role of Knowledge-Based Capital for Corporate Entrepreneurship Effects On Performance: A Study Of Small-to Medium-Sized Firms. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(1), 81–100.
- Sok, P., Snell, L., Lee, W. J., & Sok, K. M. (2017). Linking Entrepreneurial Orientation And Small Service Firm Performance Through Marketing Resources And Marketing Capability: A Moderated Mediation Model. *Journal of Service Theory and Practice*, 17(1), 231–249.
- Stevenson, L. (2010). Understanding entrepreneurship in Mena: Where to go next (Internatio). Washington, DC.
- Thanos, I. C., Dimitratos, P., & Sapouna, P. (2017). The Implications Of International Entrepreneurial Orientation, Politicization, And Hostility Upon SME International Performance. *International Small Business Journal*, 35(4), 495–515.
- Vishnu, S., & Gupta, V. K. (2014). Intellectual Capital and Performance of Pharmaceutical firms in India. *Journal of Intellectual Capital*, 15(1), 83–99.
- Wardi, Y., & Susanto, P. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal Management Teknologi*, 16(1), 46–61.