

## 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Profil Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara *offline* menggunakan kuisioner survey. Peneliti mendapatkan responden yang merupakan pemilik *hidden gem* Usaha Mikro kuliner, berdomisili di Jember dan sekitarnya, khususnya Jember dan sekitarnya dan telah mendirikan usaha kuliner minimal 1 tahun yang lalu. Pengumpulan kuisioner survey dilakukan mulai tanggal 17 November 2024 hingga 25 November 2024. Pada saat pengumpulan data diperoleh data sebanyak 70 data yang telah memenuhi kriteria responden yang telah ditetapkan yaitu merupakan pemilik *hidden gem* Usaha Mikro kuliner, berdomisili di Jember dan sekitarnya dan telah mendirikan usaha kuliner minimal 1 tahun yang lalu. Berikut ini adalah hasil analisis identitas responden:

**Tabel 4.1**

#### Kriteria Responden

Kriteria	Jumlah
Responden total	70
Responden yang tidak memenuhi kriteria	0
Total Responden yang memenuhi kriteria	<b>70</b>

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berkontribusi pada penelitian ini adalah pemilik *Hidden gem* Usaha Mikro kuliner, berdomisili di Jember dan sekitarnya dan telah mendirikan usaha kuliner minimal 1 tahun yang lalu berjumlah 70 orang. Berdasarkan data tabel diatas, semua responden memenuhi kriteria untuk pengolahan data.

**Tabel 4.2**

#### Profil Responden Berdasarkan Omset Per Minggu

Omset Per Minggu	Jumlah	Persentase (%)
Dibawah 1 Juta	1	1.4%
1 Juta sampai 5 juta	50	51.4%
6 Juta Sampai 10 Juta	6	8.6%
Diatas 10 Juta	4	5.7%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah memiliki omset per minggu sebesar 1 Juta sampai 5 juta yaitu 50 orang atau 51,4%, memiliki omset per minggu dibawah 1 Juta yaitu 1 orang atau 1.4%, memiliki omset per minggu sebesar 6 Juta Sampai 10 Juta yaitu 6 orang atau 8.6%, memiliki omset per minggu diatas 10 Juta yaitu 4 orang atau 5.7%.

**Tabel 4.3**

**Profil Responden Berdasarkan Usaha berdiri sejak**

Tahun Berdiri	Jumlah	Persentase (%)
1928 – 1958	7	10%
1959 – 1989	17	24.3%
1990 – 2020	34	48.6%
2021 – 2023	12	17.1%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.0%</b>

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah memiliki usaha yang berdiri di tahun 1990 – 2020 yaitu sebanyak 34 orang atau 48.6%, memiliki usaha yang berdiri di tahun 1959 – 1989 yaitu sebanyak 17 orang atau 24.3%, memiliki usaha yang berdiri di tahun 2021 – 2023 yaitu sebanyak 12 orang atau 17.1% dan memiliki usaha yang berdiri di tahun 1928 – 1958 yaitu sebanyak 7 orang atau 10%.

**Tabel 4.4**

**Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha**

Usaha Milik	Jumlah	Persentase (%)
Keluarga	14	20%
Kerjasama dengan teman&saudara	3	4.3%
Sendiri	53	75.7%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa mayoritas kepemilikan usaha *hidden gem* usaha mikro kuliner adalah milik sendiri yaitu sebanyak 53 responden atau 75,7%, kepemilikan usaha *hidden gem* usaha mikro kuliner adalah milik keluarga yaitu sebanyak 14 responden atau 20% dan kepemilikan usaha *hidden gem* usaha mikro kuliner adalah kerjasama dengan teman dan saudara yaitu sebanyak 3 responden atau 4,3%.

## 4.2 Statistik Deskriptif

Tabel dibawah ini adalah hasil analisis deskriptif dari pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden:

### 4.2.1 Analisis Deskriptif *Managerial Cognitive Capabilities*

Tabel 4.5

#### Analisis Deskriptif *Managerial Cognitive Capabilities*

Kode Pernyataan	Analisa Deskriptif	Mean	Std. Dev	Keterangan
MCC1	Saya mengamati topik yang sedang tren di koran, televisi, ataupun media sosial.	4.1429	0.82155	Tinggi
MCC2	Saya mengamati perubahan nilai dan gaya hidup yang terjadi pada masyarakat sekitar.	4.0143	0.8252	Tinggi
MCC3	Saya menemukan peluang atau kesempatan baru di daerah tempat usaha.	4.0429	0.89176	Tinggi
MCC4	Saya selalu mencari strategi baru dari lingkungan bisnis sekitar.	4.0000	0.90089	Tinggi
MCC5	Saya merancang cara kerja terbaru.	4.1429	0.76681	Tinggi
MCC6	Saya melakukan aksi terhadap perubahan lingkungan kerja.	4.2000	0.71424	Tinggi
MCC7	Saya secara aktif mengembangkan cara kerja baru.	4.1000	0.74503	Tinggi
MCC8	Saya membangun pengetahuan bersama rekan-rekan pekerja usaha saya dan rekan pengusaha lain.	3.9429	0.77806	Tinggi
MCC9	Saya secara aktif mempengaruhi kemana arah usaha saya.	4.0714	0.85671	Tinggi
MCC10	Saya menerapkan pengetahuan yang dimiliki di tempat usaha saya.	4.0429	0.80642	Tinggi
MCC11	Saya menggunakan sumber daya yang ada untuk mengembangkan usaha.	4.1429	0.80372	Tinggi
MCC12	Saya menggunakan pengetahuan yang diperoleh dari tempat usaha untuk mengembangkan usaha saya.	4.1286	0.83269	Tinggi
<b>Mean <i>Managerial cognitive capabilities</i></b>		4.0810		Tinggi

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel *Managerial cognitive capabilities* memiliki mean atau rata-rata sebesar 4.0810 yang berarti termasuk dalam kategori tinggi. Mean tertinggi ada pada indikator MCC6 sebesar 4.2000 dimana menurut responden, mereka telah

melakukan aksi terhadap perubahan lingkungan kerja dan mean terendah terdapat pada MCC8 sebesar 3.9429 dimana menurut responden, mereka telah membangun pengetahuan bersama rekan-rekan pekerja usaha saya dan rekan pengusaha lain. Nilai standar deviasi yang tinggi adalah indicator MCC4 yang mana memiliki arti bahwa responden paling beragam dalam mengisi pernyataan tersebut.

#### 4.2.2. Analisis Deskriptif *Strategic Intuition Capability*

**Tabel 4.6**

##### **Analisis Deskriptif *Strategic Intuition Capability***

<b>Kode Pernyataan</b>	<b>Analisa Deskriptif</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Dev</b>	<b>Keterangan</b>
SIC1	Saya belajar dari pengalaman masa lalu untuk mengambil keputusan bisnis.	4.1714	0.83356	Tinggi
SIC2	Saya mampu berubah dan berkarya di daerah lingkungan yang berbeda.	4.1000	0.76424	Tinggi
SIC3	Saya bisa membayangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan saya.	4.1286	0.77873	Tinggi
SIC4	Saya mampu menganalisis kebutuhan pelanggan saya di masa depan.	4.0143	0.75167	Tinggi
SIC5	Saya mampu mengidentifikasi tren kebutuhan pelanggan saya secara detail.	3.9429	0.83207	Tinggi
SIC6	Saya mampu melakukan perbandingan terhadap situasi masa lalu untuk mencari penyebab masalah.	3.9714	0.90043	Tinggi
SIC7	Saya mampu menganalisis dari berbagai sudut pandang untuk menyelesaikan permasalahan bisnis.	4.1143	0.57843	Tinggi
SIC8	Saya bisa memakai teknik berpikir proaktif untuk memahami kebutuhan pelanggan.	4.0286	0.61317	Tinggi
SIC9	Saya bisa memperoleh data dari berbagai sumber sebelum mengambil keputusan bisnis.	3.9571	0.69022	Tinggi
SIC10	Saya mampu berpikir secara kritis dan menggunakannya untuk merencanakan bisnis.	3.9286	0.66641	Tinggi
SIC11	Saya bisa mengidentifikasi dan menganalisis penyebab-penyebab dari permasalahan bisnis.	4.0286	0.58907	Tinggi

Kode Pernyataan	Analisa Deskriptif	Mean	Std. Dev	Keterangan
SIC12	Saya mampu mengidentifikasi beberapa pilihan untuk mencapai sasaran operasional bisnis saya.	3.9429	0.61115	Tinggi
SIC13	Saya mampu membuat beberapa analisis alternatif sebagai panduan pemecahan masalah.	3.9714	0.70137	Tinggi
SIC14	Saya mampu membandingkan berbagai kemungkinan pilihan dan memilih jawaban yang paling sesuai untuk permasalahan bisnis yang saya hadapi.	3.9571	0.57573	Tinggi
SIC15	Saya mampu mengevaluasi pilihan yang bermanfaat beserta kerugian-kerugiannya.	4.0000	0.63702	Tinggi
<b>Mean <i>Strategic intuition capability</i></b>		4.0171		Tinggi

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel *Strategic intuition capability* memiliki Mean keseluruhan sebesar 4.0171 yang berarti termasuk dalam kategori tinggi. Mean tertinggi ada pada indikator SIC1 sebesar 4.1714 dimana responden menyatakan bahwa mereka belajar dari pengalaman masa lalu untuk mengambil keputusan bisnis, sedangkan nilai mean terendah adalah pada indikator SIC10 sebesar 3.9286 dimana responden menyatakan bahwa mereka mampu berpikir secara kritis dan menggunakannya untuk merencanakan bisnis. Lalu standar deviasi tertinggi terdapat pada SIC6 yang mengindikasikan bahwa ada beragam jawaban dari responden.

#### 4.2.3. Analisis Deskriptif *Absorptive Capacity*

Tabel 4.7

##### Analisis Deskriptif *Absorptive Capacity*

Kode Pernyataan	Analisa Deskriptif	Mean	Std. Dev	Keterangan
AC1	Saya mampu menangkap peluang bisnis baru.	3.9143	0.63114	Tinggi
AC2	Saya memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen.	4.2143	0.58713	Tinggi
AC3	Saya memahami mengenai perkembangan pasar.	4.0571	0.63442	Tinggi

AC4	Saya memahami mengenai perkembangan bisnis.	4.1000	0.64043	Tinggi
AC5	Saya mampu menafsirkan informasi yang berhubungan dengan bisnis saya.	4.0000	0.63702	Tinggi
AC6	Saya mampu memahami informasi yang berhubungan dengan bisnis saya.	4.0857	0.73707	Tinggi
AC7	Saya mampu menganalisa informasi yang berhubungan dengan bisnis saya.	4.0571	0.63442	Tinggi
AC8	Saya mampu mengenali manfaat informasi eksternal baru pada pengetahuan yang sudah ada pada bisnis saya.	4.1143	0.64926	Tinggi
AC9	Saya mampu mengkombinasikan informasi baru dengan informasi/ pengalaman yang sudah ada pada bisnis saya.	3.8714	0.65765	Tinggi
AC10	Saya mampu mengembangkan informasi yang baru saya dapatkan sesuai dengan kondisi bisnis.	3.9429	0.67857	Tinggi
AC11	Saya selalu menerapkan informasi baru dalam pekerjaan.	4.0571	0.63442	Tinggi
AC12	Saya mampu menjalankan informasi baru dalam pekerjaan.	4.0000	0.68101	Tinggi
AC13	Saya selalu mempertimbangkan cara memanfaatkan informasi dengan baik secara berkelanjutan untuk bisnis saya.	4.0714	0.70857	Tinggi
<b>Mean Absorptive capacity</b>		4.0374		Tinggi

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel *Absorptive capacity* memiliki mean keseluruhan sebesar 4.0374 yang berarti termasuk dalam kategori tinggi. Mean tertinggi ada pada indikator AC2 sebesar 4.2143 dimana responden menyatakan bahwa mereka memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, sedangkan nilai mean terendah adalah pada indikator AC9 sebesar 3.8714 dimana responden menyatakan bahwa mereka mampu mengkombinasikan informasi baru dengan informasi/ pengalaman yang sudah ada pada bisnis. Lalu standar deviasi tertinggi terdapat pada AC6 yang mengindikasikan bahwa ada beragam jawaban dari responden.

### 4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Pada uji validitas dapat dilakukan dengan uji validitas konvergen (*convergent validity*) dan uji validitas diskriminan (*discriminant validity*).

### 4.3.1 Uji Validitas

#### 4.3.1.1 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pada validitas konvergen yaitu *rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk *convergent validity* adalah skor loading > 0,5. Sedangkan dalam uji *discriminant validity* yang diamati adalah nilai *cross-loading* dan *latent variable correlations* pada suatu konstruk lebih besar daripada konstruk lainnya ataupun dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk dengan hasil AVE > 0,5.

**Tabel 4.8**

**Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)**

Variabel	Indikator	Nilai <i>outer loading</i>	Keterangan
<i>Managerial cognitive capabilities</i>	MCC1	0,839	Valid
	MCC2	0,851	Valid
	MCC3	0,806	Valid
	MCC4	0,852	Valid
	MCC5	0,827	Valid
	MCC6	0,848	Valid
	MCC7	0,855	Valid
	MCC8	0,885	Valid
	MCC9	0,869	Valid
	MCC10	0,852	Valid
	MCC11	0,863	Valid
	MCC12	0,866	Valid
<i>Strategic intuition capability</i>	SIC1	0,862	Valid
	SIC2	0,859	Valid
	SIC3	0,861	Valid
	SIC4	0,866	Valid
	SIC5	0,816	Valid
	SIC6	0,882	Valid
	SIC7	0,847	Valid
	SIC8	0,844	Valid
	SIC9	0,798	Valid
	SIC10	0,862	Valid
	SIC11	0,862	Valid
	SIC12	0,840	Valid
	SIC13	0,860	Valid
	SIC14	0,813	Valid
	SIC15	0,872	Valid
<i>Absorptive capacity</i>	AC1	0,861	Valid
	AC2	0,853	Valid

Variabel	Indikator	Nilai <i>outer loading</i>	Keterangan
	AC3	0,882	Valid
	AC4	0,898	Valid
	AC5	0,899	Valid
	AC6	0,884	Valid
	AC7	0,875	Valid
	AC8	0,844	Valid
	AC9	0,880	Valid
	AC10	0,766	Valid
	AC11	0,732	Valid
	AC12	0,824	Valid
	AC13	0,890	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil uji validitas konvergen yang dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil tersebut semua indikator di masing-masing variabel memiliki nilai *outer loading* yang telah memenuhi kriteria untuk dikatakan valid yaitu di atas 0,5. Kemudian, pengujian pada validitas konvergen ini juga dilakukan dengan melihat *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai dari *Average Variance Extracted (AVE)* dapat dilihat pada tabel 4.9.

**Tabel 4.9**

**Tabel Uji Validitas Konvergen Variabel**

Nama Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
<i>Absorptive capacity</i>	0,730	Valid
<i>Managerial cognitive capabilities</i>	0,725	Valid
<i>Strategic intuition capability</i>	0,722	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui bahwa setiap masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0,5 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini valid dan layak digunakan pada tahapan uji selanjutnya.

#### **4.3.1.2 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Uji validitas diskriminan dapat dievaluasi melalui *cross loading* yang akan membandingkan korelasi antara indikator dengan konstraknya atau konstruk dari blok lainnya.

Pengukuran lain dari validitas diskriminan adalah nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE sendiri harus lebih tinggi dari kuadrat korelasi antara konstruk. Penelitian ini akan menggunakan *cross loading* untuk menguji validitas diskriminan dan hasilnya adalah seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**

**Tabel Hasil *Cross Loading***

Indikator	<i>Absorptive capacity</i>	<i>Managerial cognitive capabilities</i>	<i>Strategic intuition capability</i>
AC1	<b>0.861</b>	0.835	0.841
AC2	<b>0.853</b>	0.828	0.829
AC3	<b>0.882</b>	0.774	0.809
AC4	<b>0.898</b>	0.814	0.842
AC5	<b>0.899</b>	0.824	0.844
AC6	<b>0.884</b>	0.792	0.839
AC7	<b>0.875</b>	0.835	0.852
AC8	<b>0.844</b>	0.801	0.834
AC9	<b>0.880</b>	0.797	0.830
AC10	<b>0.766</b>	0.717	0.769
AC11	<b>0.732</b>	0.678	0.680
AC12	<b>0.824</b>	0.712	0.747
AC13	<b>0.890</b>	0.803	0.832
MCC1	0.797	<b>0.839</b>	0.802
MCC2	0.767	<b>0.851</b>	0.809
MCC3	0.747	<b>0.806</b>	0.761
MCC4	0.757	<b>0.852</b>	0.779
MCC5	0.729	<b>0.827</b>	0.751
MCC6	0.748	<b>0.848</b>	0.815
MCC7	0.720	<b>0.855</b>	0.777
MCC8	0.858	<b>0.885</b>	0.875
MCC9	0.825	<b>0.869</b>	0.886
MCC10	0.851	<b>0.852</b>	0.870
MCC11	0.794	<b>0.863</b>	0.825
MCC12	0.801	<b>0.866</b>	0.841
SIC1	0.831	0.853	<b>0.862</b>
SIC2	0.799	0.836	<b>0.859</b>
SIC3	0.817	0.849	<b>0.861</b>
SIC4	0.828	0.857	<b>0.866</b>
SIC5	0.745	0.740	<b>0.816</b>
SIC6	0.863	0.859	<b>0.882</b>
SIC7	0.771	0.820	<b>0.847</b>

Indikator	<i>Absorptive capacity</i>	<i>Managerial cognitive capabilities</i>	<i>Strategic intuition capability</i>
SIC8	0.787	0.821	<b>0.844</b>
SIC9	0.751	0.748	<b>0.798</b>
SIC10	0.822	0.822	<b>0.862</b>
SIC11	0.803	0.808	<b>0.862</b>
SIC12	0.782	0.777	<b>0.840</b>
SIC13	0.870	0.818	<b>0.860</b>
SIC14	0.814	0.750	<b>0.813</b>
SIC15	0.841	0.828	<b>0.872</b>

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa indikator-indikator variabel *penelitian ini* memiliki nilai *cross loading* yang lebih tinggi pada variabelnya sendiri. Maka, masing-masing indikator pada setiap variabel dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan karena pada setiap variabel memiliki perbedaan dengan indikator variabel lainnya dan dapat mengukur variabelnya sendiri lebih baik dibandingkan mengukur variabel lainnya.

**Tabel 4.11**

**Tabel Hasil Heterorait Monotrait Ratio (HTMT)**

	<i>Absorptive capacity</i>	<i>Managerial cognitive capabilities</i>	<i>Strategic intuition capability</i>
<i>Absorptive capacity</i>			
<i>Managerial cognitive capabilities</i>	0,850		
<i>Strategic intuition capability</i>	0,879	0,888	

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa indikator-indikator variabel *penelitian ini* memiliki nilai HTMT kurang dari 0,9 yang menunjukkan bahwa semua variabel ini valid.

**Tabel 4.12**

**Tabel Hasil Fornell-Lacker Criterion**

	<i>Absorptive capacity</i>	<i>Managerial cognitive capabilities</i>	<i>Strategic intuition capability</i>
<i>Absorptive capacity</i>	0,952		
<i>Managerial cognitive capabilities</i>	0,921	0,960	
<i>Strategic intuition capability</i>	0,854	0,851	0,860

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa indikator-indikator variabel *penelitian ini* memiliki nilai *Fornell-Lacker Criterion* yang lebih tinggi pada variabelnya sendiri dibandingkan pada variabel lainnya. Maka, masing-masing indikator pada setiap variabel dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas dapat diukur menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0 dengan melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Secara umum reliabilitas kurang dari 0,6 dianggap lemah, sedangkan di kisaran 0,7 dapat diterima, dan yang di atas 0,8 baik.

**Tabel 4.13**

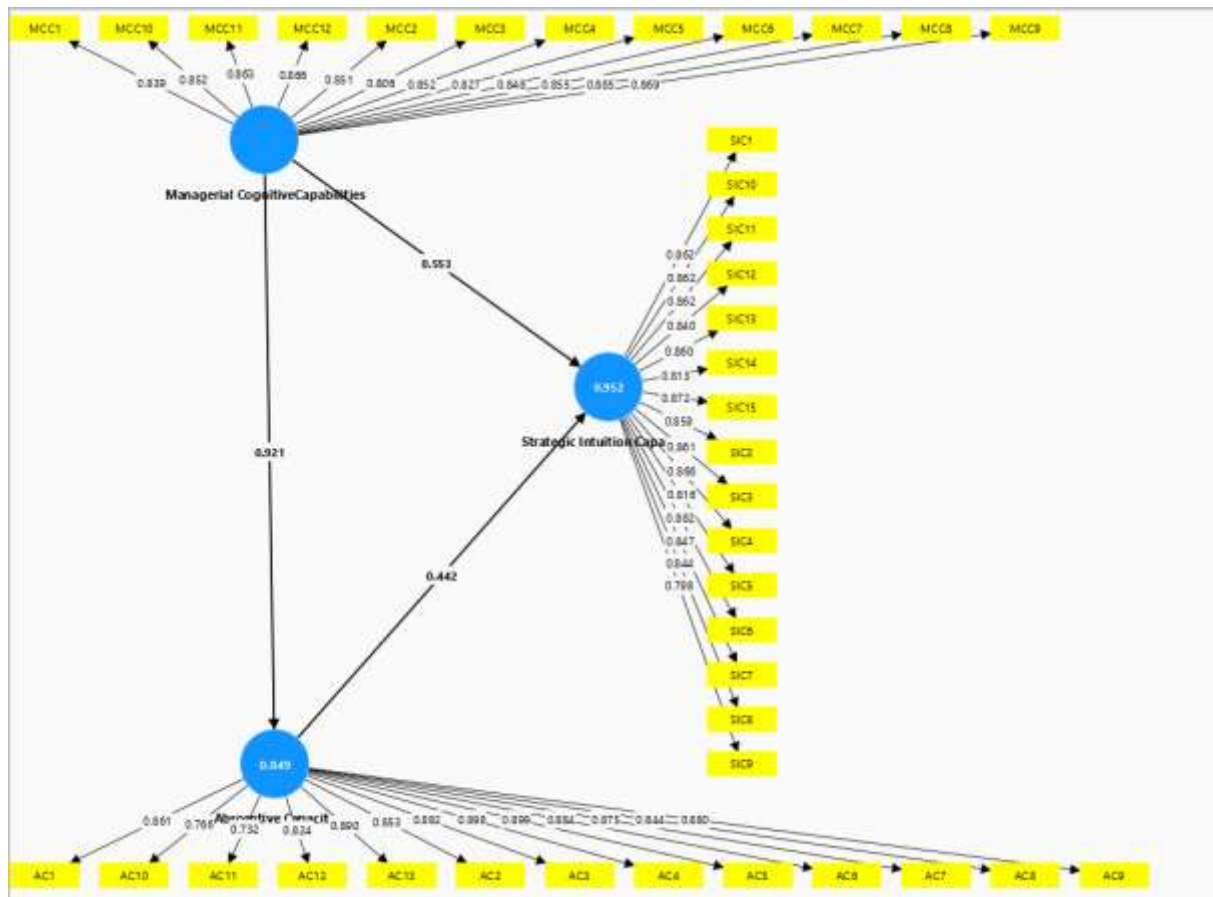
**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Absorptive capacity</i>	0,969	0,972	Reliabel
<i>Managerial cognitive capabilities</i>	0,965	0,969	Reliabel
<i>Strategic intuition capability</i>	0,972	0,975	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian reliabilitas, semua variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan *cronbach alpha* lebih besar dari 0,7 maka semua variabel pada penelitian ini dapat diandalkan.

Hasil pengujian *outer model* dengan menggunakan SmartPLS 4.0 dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



**Gambar 4.1. Outer Model**  
 Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada gambar 4.1 menjelaskan bahwa model gambar penelitian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS melalui perhitungan *pls-SEM algorithm*. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *outer loading* telah ditunjukkan pada garis panah antara variabel (lingkaran berwarna biru) terhadap indikator (kotak berwarna kuning). Nilai angka berwarna putih yang terdapat di dalam lingkaran warna biru adalah nilai dari *Average Variance Extracted (AVE)*.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Pada tahap evaluasi model structural (*Inner Model*) akan dilakukan dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ), *path coefficient*, uji hipotesis dan uji pengaruh tidak langsung.

#### 4.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Rentang nilai yang dimiliki oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang baik yaitu 0 sampai 1. Sehingga koefisien determinasi (Nilai  $R^2$ ) dimanfaatkan untuk melihat sekaligus memprediksi sejauh apa variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Ketika nilai  $R^2$  semakin tinggi, maka dapat dikatakan prediksi dari metode penelitian yang diajukan semakin baik.

**Tabel 4.14**  
**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Variabel	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
<i>Absorptive capacity</i>	0,849
<i>Strategic intuition capability</i>	0,952

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel *Absorptive capacity* dapat dijelaskan oleh variable *Managerial cognitive capabilities* sebesar 84,9% dan sisanya sebesar 15,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan variabel *Strategic intuition capability* dapat dijelaskan oleh *Absorptive capacity* dan *Managerial cognitive capabilities* sebesar 95,2% sedangkan sisanya sebesar 4,8% dijelaskan oleh variabel lain.

#### 4.4.2 Q Square ( $Q^2$ )

Rentang nilai yang dimiliki oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang baik yaitu 0 sampai 1. Sehingga koefisien determinasi (Nilai  $R^2$ ) dimanfaatkan untuk melihat sekaligus memprediksi sejauh apa variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Ketika nilai  $R^2$  semakin tinggi, maka dapat dikatakan prediksi dari metode penelitian yang diajukan semakin baik.

**Tabel 4.15**  
**Tabel Hasil Uji Q Square ( $Q^2$ )**

Variabel	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
<i>Absorptive capacity</i>	0,203
<i>Strategic intuition capability</i>	0,182

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.15. disimpulkan bahwa nilai  $Q^2$  pada penelitian ini adalah 0.203 untuk variabel *absorptive capacity*. Nilai ini dianggap tepat karena berada di atas nilai 0

dengan kategori akurasi sedang. Variabel *strategic intuition capability* memiliki nilai  $Q^2$  sebesar 0,182. Nilai ini dianggap tepat karena berada di atas nilai 0 dengan kategori akurasi sedang.

#### 4.4.3 Uji Hipotesis (Uji *t* dan *p value*)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan melihat pada nilai *p value*. Apabila nilai *p value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima dan jika nilai *p value* lebih besar dari 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini ditolak. Selain itu, Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan pengujian hipotesis dua ekor (*two-tailed*). Skor *path coefficient* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh *t-statistics*, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*).

**Tabel 4.16**  
**Tabel Hasil Uji Hipotesis (uji *t* dan *p value*)**

Hipotesis	Pengaruh	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
H1	<i>Managerial cognitive capabilities</i> berpengaruh terhadap <i>Strategic intuition capability</i> pada usaha mikro <i>Hidden gem</i> Kuliner di Jember dan sekitarnya	0,553	6,918	0,000	<b>Diterima</b>
H2	<i>Managerial cognitive capabilities</i> berpengaruh terhadap <i>Absorptive capacity</i> pada usaha mikro <i>Hidden gem</i> Kuliner di Jember dan sekitarnya	0,921	40,208	0,000	<b>Diterima</b>
H3	<i>Absorptive capacity</i> berpengaruh terhadap <i>Strategic intuition capability</i> pada usaha mikro <i>Hidden gem</i> Kuliner di Jember dan sekitarnya	0,442	5,442	0,000	<b>Diterima</b>
H4	<i>Managerial cognitive capabilities</i> berpengaruh terhadap <i>Strategic intuition capability</i> dengan <i>Absorptive capacity</i>	0,408	5,359	0,000	<b>Diterima</b>

Hipotesis	Pengaruh	Original Sample	T Statistics	P-Value	Keterangan
	sebagai variable mediasi pada usaha mikro <i>Hidden gem</i> Kuliner di Jember dan sekitarnya				

Sumber: Data Primer diolah (2024)

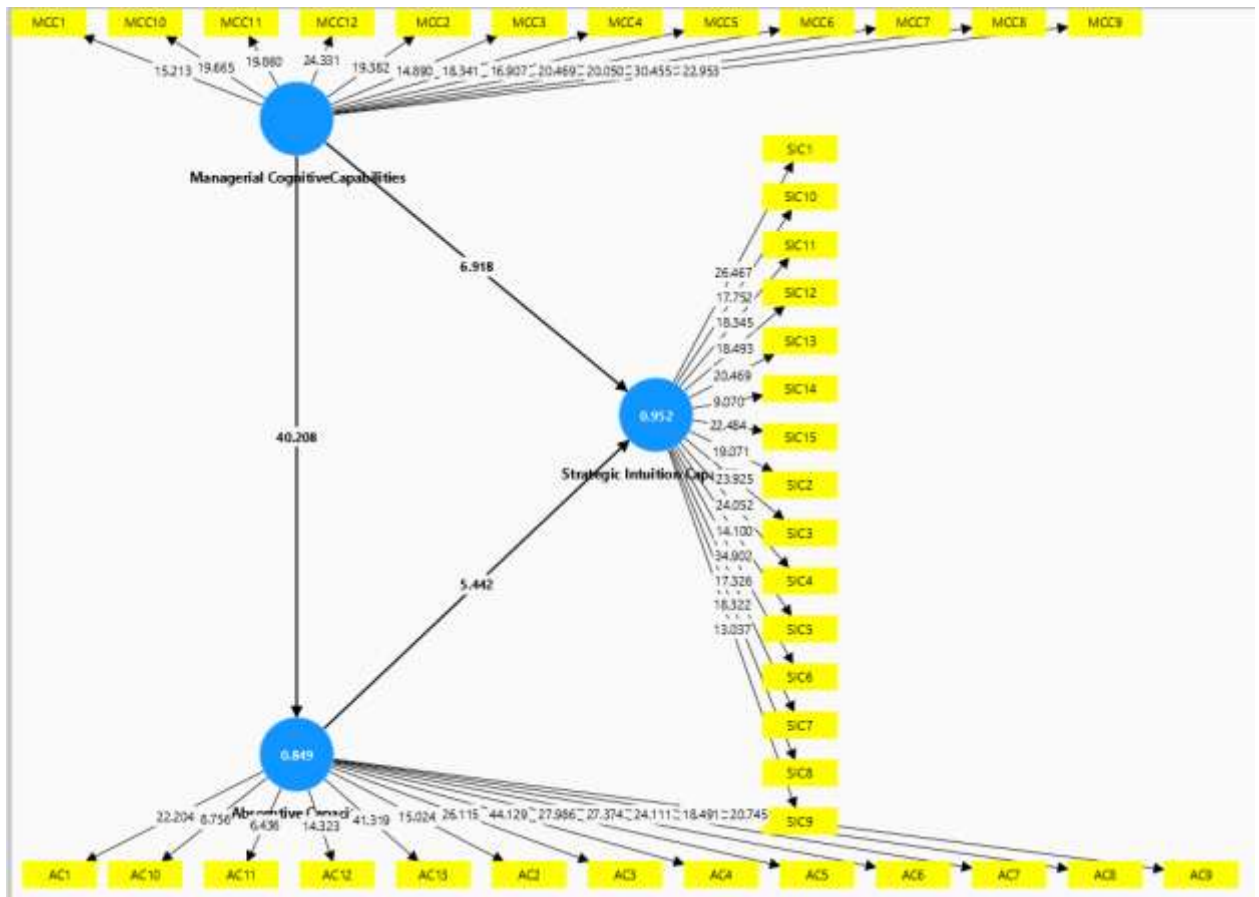
Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H1 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki hubungan dengan *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Absorptive capacity* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H2 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki hubungan dengan *Absorptive capacity* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai p-value untuk *Absorptive capacity* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H3 diterima dan artinya *Absorptive capacity* memiliki hubungan dengan *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* dengan *Absorptive capacity* sebagai variable mediasi pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H4 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki hubungan terhadap *Strategic intuition capability* dengan *Absorptive capacity* sebagai variable mediasi pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Hasil pengujian *inner model* (*bootstrapping*) dengan menggunakan SmartPLS 4.0 dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.2. Hasil Inner Model (Bootstrapping)**  
 Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada gambar 4.2 menunjukkan hasil dari evaluasi *inner model* yang telah diperoleh berdasarkan hasil perhitungan *bootstrapping* menggunakan *software* SmartPLS. Angka yang terdapat pada gambar tersebut menghubungkan setiap variabel pada panah merupakan hasil nilai *t-statistic* dari uji hipotesis.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1. Hubungan *Managerial cognitive capabilities* terhadap *Strategic intuition capability*

Nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H1 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki pengaruh dengan *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Jadi *Strategic intuition capability* tidak hanya bergantung pada kemampuan untuk membuat keputusan secara spontan, tetapi juga pada kapasitas untuk menyerap, memproses, dan mengintegrasikan informasi yang kompleks dari lingkungan bisnis. Pemilik bisnis harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan eksternal dan proses adaptasi bergantung pada ketersediaan sumber daya (Suprpto et al., 2024). Sebagai kuliner bisnis yang umumnya tidak banyak dikenal dan sering tersembunyi, pemilik *hidden gem* kuliner memerlukan *strategic intuition capability* yang kuat untuk memahami dan memanfaatkan peluang pasar lebih baik. Pemilik usaha harus mampu menyerap, memproses, dan mengintegrasikan berbagai informasi dari lingkungan bisnis, seperti tren kuliner baru atau preferensi pelanggan yang spesifik, sehingga menciptakan pengalaman kuliner yang menarik dan unik. *Managerial cognitive capabilities* memungkinkan para pemilik *hidden gem* kuliner untuk memahami data pasar dan umpan balik pelanggan dengan cepat, sehingga dapat beradaptasi secara efisien dengan permintaan dan selera yang berubah. Dengan menggunakan *managerial cognitive capabilities*, pemilik usaha dapat menghubungkan pengalaman masa lalu, seperti strategi penyajian yang berhasil, dengan tantangan saat ini dalam upaya untuk membangun konsep kuliner yang baru dan berbeda dari kompetitor. Akibatnya kapasitas manajer untuk menciptakan intuisi strategis meningkat seiring dengan kapasitas kognitif, yang pada gilirannya memengaruhi pengambilan keputusan strategis dalam lingkungan perusahaan yang dinamis dan tidak dapat diprediksi (Adna & Sukoco, 2020).

*Managerial cognitive capabilities* dan *Strategic intuition capability* saling terikat satu sama lain secara signifikan. *Managerial cognitive capabilities* menyediakan dasar berupa pengamatan, pemahaman, dan analisis yang kuat terhadap lingkungan bisnis. Hal ini menjadi landasan bagi pengembangan *Strategic intuition capability*, yaitu kemampuan untuk mengintegrasikan wawasan dari masa lalu, memahami kebutuhan pelanggan di masa kini, serta memprediksi kebutuhan di masa depan. Contohnya, kemampuan mengamati perubahan sosial (MCC2) mendukung analisis kebutuhan pelanggan (SIC4) dan membantu mengidentifikasi tren kebutuhan pelanggan (SIC5). Kombinasi antara *Managerial cognitive capabilities* yang kuat dan *Strategic intuition capability* yang terasah menciptakan pemimpin yang mampu menghadapi tantangan bisnis dengan cara yang adaptif, inovatif, dan strategis. Kedua kemampuan ini saling melengkapi untuk mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data sekaligus intuisi strategis yang tajam (Suprpto et al., 2024).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Helfat & Peteraf (2015) yang mengungkapkan bahwa *managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *strategic intuition capability*. Jenis-jenis kemampuan kognitif tertentu mendukung kemampuan manajerial dinamis untuk merasakan, menangkap, dan mengkonfigurasi ulang, dan menjelaskan dampak potensialnya terhadap perubahan strategis organisasi. De Souza et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *managerial capabilities* untuk meningkatkan pemahaman tentang usaha mikro kemampuan dinamis.

#### **4.5.2. Hubungan *Managerial cognitive capabilities* terhadap *Absorptive capacity***

Nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Absorptive capacity* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H2 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki pengaruh dengan *Absorptive capacity* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

*Absorptive capacity* terdiri dari empat tahapan utama, yaitu akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi pengetahuan sangat bergantung pada kemampuan kognitif manajer dalam setiap tahapannya. Untuk memperoleh pengetahuan, para pemilik usaha harus terlebih dahulu mampu mengidentifikasi peluang dan nilai dalam data eksternal yang tersedia. Pemilik *hidden gem* kuliner perlu memiliki kemampuan untuk mengenali peluang dan nilai dari informasi pasar yang tidak selalu mudah terlihat. Dengan kemampuan kognitif yang baik, pemilik usaha bisa memilah informasi yang benar-benar relevan bagi bisnisnya, seperti memanfaatkan umpan balik pelanggan lokal atau memperhatikan tren kuliner di media sosial. *Managerial cognitive capabilities* juga memungkinkan para pemilik usaha menggabungkan informasi baru dengan pengetahuan yang sudah ada, sehingga mereka dapat beradaptasi dan melakukan inovasi yang tepat untuk mempertahankan keunikan dan daya tarik bisnis mereka. Selain itu, kemampuan untuk memahami dan memproses informasi dengan cepat memungkinkan pemilik *hidden gem* untuk lebih gesit dalam berinovasi, baik melalui kreasi menu baru, teknik penyajian yang berbeda, atau pendekatan pemasaran yang kreatif. Tanpa *managerial cognitive capabilities* yang memadai, sebuah *hidden gem* kuliner mungkin kesulitan dalam mengidentifikasi peluang pasar dan beradaptasi dengan cepat, sehingga potensi untuk tumbuh dan tetap relevan dalam pasar yang kompetitif menjadi terbatas (Aujirapongpan dan Jutidharabongse, 2017).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Rad (2017) yang mengungkapkan bahwa *managerial cognitive capabilities* mencerminkan hubungan internal kemampuan kognitif manajer, kemampuan organisasi dinamis, dan perubahan strategis perusahaan. Dalam Penelitian Saiz-Alvarez et al (2013) mengungkapkan bahwa perilaku intuitif para pengusaha sangat bergantung pada kemampuan kepemimpinan serta keterampilan untuk memotivasi orang lain dan kapasitas untuk mengembangkan produk atau layanan teknologi.

#### **4.5.3. Hubungan *Absorptive capacity* terhadap *Strategic intuition capability***

Nilai p-value untuk *Absorptive capacity* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H3 diterima dan artinya *Absorptive capacity* memiliki pengaruh dengan *Strategic intuition capability* pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Dalam proses *absorptive capacity* dapat membantu meningkatkan intuisi strategis melalui peningkatan pengalaman dan pemahaman pemilik usaha. Pemilik usaha meningkatkan kemampuan mereka untuk melihat tren, membuat penilaian cepat, dan bereaksi terhadap perubahan pasar dengan menyerap informasi baru secara teratur. *Hidden gem* kuliner sering kali perlu menyesuaikan diri dengan selera pelanggan dan tren pasar yang terus berubah. *Absorptive capacity* pemilik *hidden gem* kuliner memungkinkan mereka untuk mengembangkan intuisi strategis yang kuat, yang menjadi landasan bagi pengambilan keputusan yang cepat dan akurat. Dengan menyerap pengetahuan dari luar dan menerapkannya dalam situasi nyata, pemilik *hidden gem* dapat mengidentifikasi pola yang berguna, memahami dinamika pasar, dan merespons perubahan dengan lebih efektif. Sebagai contoh, *absorptive capacity* dapat membantu pemilik atau manajer mengenali permintaan akan bahan-bahan lokal atau hidangan tradisional yang disajikan dengan gaya modern, sehingga mereka dapat menciptakan pengalaman kuliner unik yang menarik bagi pelanggan (Nuthall, 2022). Tanpa *absorptive capacity* yang memadai, intuisi strategis mungkin tidak seefektif dalam menghadapi dinamika bisnis yang berubah dengan cepat (Liao, 2007).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Sancho-Zamora et al. (2021) yang mengungkapkan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh dengan penyerapan dan pembelajaran organisasi. Hubungan ini diterapkan oleh definisi *absorptive capacity* yang lebih dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan informasi luar melalui tahap pembelajaran berurutan dari pembelajaran eksploratif, transformasional, dan

eksploitatif. Penelitian Zou et al. (2018) juga mengungkapkan bahwa *absorptive capacity* dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memperbarui basis pengetahuannya dan menghasilkan hasil yang inovatif.

#### **4.5.4. Hubungan *Managerial cognitive capabilities* terhadap *Strategic intuition capability* dengan *Absorptive capacity***

Nilai p-value untuk *Managerial cognitive capabilities* berpengaruh terhadap *Strategic intuition capability* dengan *Absorptive capacity* sebagai variable mediasi pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya adalah  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H4 diterima dan artinya *Managerial cognitive capabilities* memiliki hubungan terhadap *Strategic intuition capability* dengan *Absorptive capacity* sebagai variable mediasi pada usaha mikro *Hidden gem* Kuliner di Jember dan sekitarnya.

Kemampuan kognitif manajerial merujuk pada keterampilan yang digunakan manajer untuk menafsirkan, memproses, dan menanggapi lingkungan yang kompleks dan dinamis. Ini termasuk pemecahan masalah, kemampuan beradaptasi, dan pengenalan pola, yang memungkinkan manajer untuk mengantisipasi tantangan dan peluang. Kemampuan kognitif memberikan dasar bagi intuisi strategis, sebuah proses di mana manajer memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya untuk menghasilkan wawasan yang inovatif dan dapat ditindaklanjuti. Studi selama lima tahun terakhir telah menunjukkan bahwa kemampuan kognitif yang kuat memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi isyarat halus di lingkungan mereka, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang mendorong keberhasilan organisasi (Hodgkinson & Healey, 2018). Intuisi strategis bergantung pada pengenalan pola dan membuat hubungan antara informasi yang tampaknya tidak terkait. Kemampuan ini menjadi lebih efektif ketika didukung oleh kapasitas penyerapan, yang bertindak sebagai mediator dengan memfasilitasi perolehan dan integrasi pengetahuan eksternal ke dalam sistem internal perusahaan. Kapasitas penyerapan melibatkan empat dimensi: perolehan pengetahuan, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi, yang masing-masing berperan dalam mengubah wawasan kognitif menjadi tindakan strategis. Penelitian terkini menyoroti bahwa perusahaan dengan kapasitas penyerapan yang lebih tinggi mengalami hasil strategis yang lebih baik karena manajer lebih mahir dalam mengubah wawasan menjadi inovasi (Lichtenthaler, 2021).

Peran mediasi kapasitas penyerapan menjembatani kesenjangan antara kemampuan kognitif dan intuisi strategis. Pemilik usaha dengan keterampilan kognitif yang kuat dapat

mengidentifikasi dan menginternalisasi pengetahuan eksternal dengan lebih baik, sementara kapasitas penyerapan memastikan bahwa pengetahuan ini digunakan untuk menyempurnakan proses pengambilan keputusan. Studi menekankan bahwa organisasi yang mempromosikan budaya belajar dan kolaborasi memperkuat hubungan antara kognisi manajerial dan intuisi strategis melalui peningkatan kapasitas penyerapan. Sinergi ini memungkinkan perusahaan untuk mengungguli pesaing di pasar yang bergejolak dengan menggabungkan wawasan kreatif dengan strategi berbasis data (Crossan & Apaydin, 2022).