

KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:

Dimensi dan Pengukuran Faktoral

**SARWA
TATTWA
PUSTAKA**

Jalan Meduri II, Banjar Piakan, Sibangkaja
Abiansemal, Badung 80352 Bali.
☎ +6281916225463
✉ apsariparamita@yahoo.com

ISBN 978-623-92742-3-8



9 786239 274238

KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN: Dimensi dan Pengukuran Faktoral

Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM

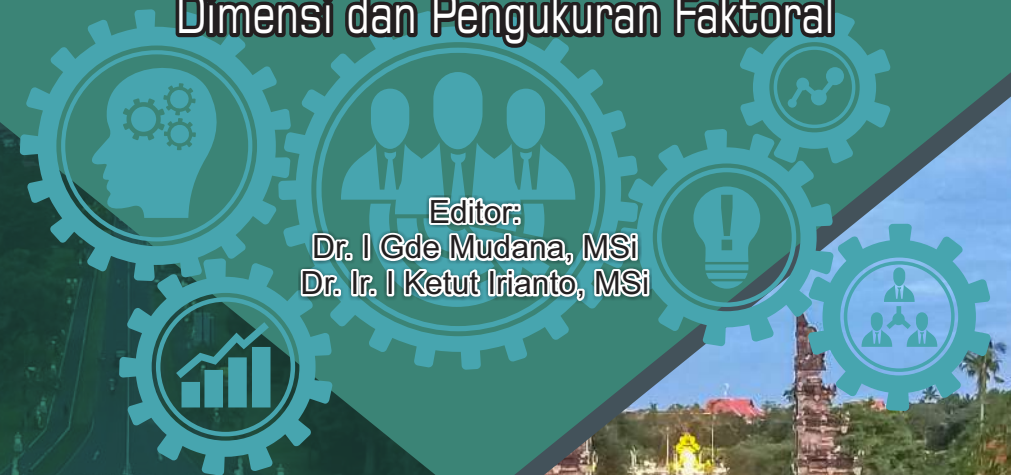
KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:

Dimensi dan Pengukuran Faktoral

Editor:

Dr. I Gde Mudana, MSi

Dr. Ir. I Ketut Irianto, MSi



KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:

Dimensi dan Pengukuran Faktoral

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 1

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan Pidana

Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:

Dimensi dan Pengukuran Faktoral

Oleh:

Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM

Editor:

Dr. I Gde Mudana, MSi

Dr. Ir. I Ketut Irianto, MSi



2019

KOMPETENSI BISNIS
DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:
Dimensi dan Pengukuran Faktoral

Penulis:

Dr. Dra. Ni Nyoman Aryaningsih, MM

Editor:

Dr. I Gde Mudana, MSi
Dr. Ir. I Ketut Irianto, MSi

Tata letak:

I Komang Sudiana

Cetakan pertama, Agustus 2019

ISBN: 978-623-92742-3-8

x + 168 halaman; 14.8 x 21 cm

Diterbitkan oleh:

Sarwa Tattwa Pustaka

Jalan Meduri II, Banjar Piakan, Sibangkaja,
Abiansemal, Badung 80352 Bali.

Telp.: +6281916225463

e-mail : apsariparamita@yahoo.com

Hak Cipta pada Penyusun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang :

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian berjudul “Pengembangan Model Kompetensi Bisnis Dan Spirit Kewirausahaan Jasa Penunjang Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Pada Industri Kreatif. Penelitian ini dilakukan dua tahun 2018-2019. Pelaksanaan penelitian dimulai awal tahun 2018 sampai tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan pada industri kreatif; (2) untuk menemukan model terintegrasi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan pada industri kreatif. Hasil penelitian berupa buku ajar ini direkomendasikan pada proses pembelajaran ekonomi manajerial dan kewirausahaan. Dianggap masih lemahnya kualitas sumber daya manusia, skill, dan produktivitas kerja masyarakat, maka buku ini sebagai salah satu rujukan atau panduan pembuat kebijakan. Sekiranya hasil karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi, stakeholder dan pembaca budiman untuk membantu melahirkan ide-ide baru.

Oleh karena itu melalui kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-

besarnya kepada yang terhormat:

1. Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan pendidikan Tinggi Republik Indonesia.
2. Bapak Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan persetujuan dan memberikan fasilitas yang diperlukan
3. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
4. Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali
5. Keluarga tercinta dan teman sejawat yang telah banyak memberikan dukungan moral dan spirit pengetahuan, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Namun demikian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini sebagai pengalaman dari pelaksanaan dua tahun penelitian 2018-2019. Tentunya hasil penelitian dengan luaran buku ajar masih dianggap jauh dari sempurna, maka diperlukan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan buku ajar ini.

Badung, 1 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	v
Daftar Isi	vii
 BAB I PENDAHULUAN	1
Daftar Pustaka.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Pandangan Kompetensi Bisnis.....	16
2.2 Pandangan Spirit Kewirausahaan	18
2.3 Jasa Penunjang Pariwisata	19
2.4 Partisipasi Masyarakat	20
2.5 Konsep Industri kreatif	21
Daftar Pustaka.....	22
 BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian.....	29
3.2 Tahapan Penelitian.....	29
3.3 Rancangan Penelitian.....	30
3.4 Pedoman Kuesioner	32
Daftar Pustaka.....	36
 BAB IV KOMPETENSI BISNIS	39
4.1 Pengujian Kompetensi Bisnis	39
Daftar Pustaka.....	48

BAB V SPIRIT KEWIRAUSAHAAN.....	53
5.1 Pengujian Spirit Kewirausahaan.....	53
Daftar Pustaka.....	61
 BAB VI SPIRIT KEWIRAUSAHAAN	65
6.1 Pengujian Jasa Penunjang Pariwisata.....	65
Daftar Pustaka.....	69
 BAB VII PARTISIPASI MASYARAKAT.....	75
7.1 Pengujian Normalitas Data Kuesioner Partisipasi Masyarakat.....	75
Daftar Pustaka.....	79
 BAB VIII INDUSTRI KREATIVE.....	85
8.1 Pengujian Industri Kreative.....	85
8.2 Pengujian Confirmatory Factor Analysis Industri Kreatif	88
Daftar Pustaka.....	94
 BAB IX ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI (CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS).....	101
9.1 Pengujian <i>Confirmatory Factor Analysis</i> dimensi Pengukuran.....	101
9.2 Implikasi kompetensi bisnis, entrepreneurship, in- dustri kreatif	105
Daftar Pustaka.....	110
 BAB IX PENGUJIAN <i>STRUCTURAL EQUATION MODELING -PARTIAL LEAST SQUARE</i>	113
10.1 Pengujian Multivariate	115
10.2 Metode bootstrapping	125
Daftar Pustaka.....	128

BAB XI DESA WISATA.....	131
11.1 Konsep Desa Wisata.....	131
11.2 Kluster Desa Wisata.....	132
11.3 Dampak Desa Wisata terhadap lingkungan Sosial.....	134
11.4 Manfaat Ekowisata Masyarakat.....	139
Daftar Pustaka.....	142
 BAB XII PENUTUP	145
12.1 Simpulan.....	145
12.2 Saran.....	146
Daftar Pustaka.....	147
 APENDIK PENGOLAHAN DATA DENGAN MULTIPOL	153

DAFTAR TABEL

3.1	Rancangan Penelitian.....	31
3.2	Kisi-Kisi Kuesioner	33
4.a	Pengujian Normalitas Faktor Kompetensi Bisnis ..	40
4.2a	Pengujian Faktor Kompetensi bisnis	44
5.1a	Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Spirit Kewirausahaan	54
5.2	Hasil uji CFA Spirit Kewirausahaan	58
6.1	Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Jasa Penunjang Pariwisata.....	65
6.2	Pengujian CFA Jasa Penunjang Pariwisata.....	66
7.1	7.1 Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Partisipasi Masyarakat.....	75
7.2	Hasil Uji CFA Partisipasi Masyarakat.....	76
8.1	Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Indus- tri Kreative	86
8.2	Hasil Uji CFA Industri Kreatif	88
9.1	Pengujian Faktor Kompetensi bisnis, spirit kewi- rausahaan, dan industri kreatif dengan Confirma- tory Factor Analysis	102
10.1	Hasil Ouput korelasi antara indikators	118
10.2	Uji Diskriminan Validitas Konstruks Variabel Endo- gen dan Eksogen.....	119
10.3	Uji Diskriminan Validitas Konstruks Indikator Variabel Endogen dan Eksogen.....	120
10.4	Uji Reliabilitas Konstruks Variabel	121
10.5	Hasil Rsquare	122
10.6	Hasil Uji Rsquare	123
10.7	Direct Path Coefficient dengan SEM-PLS	124
10.8	fsquare (Direct Effect Size)	126

DAFTAR GAMBAR

4.1a	Konstruksi Kompetensi Kognitive dengan tiga indikator.....	41
4.1b	Konstruksi Kompetensi Organisational dengan empat indikator	41
4.1c	Konstruksi Kompetensi Sosial dengan enam indikator.....	42
4.1d	Konstruksi Kompetensi Individual dengan lima indikator.....	43
4.1e	Konstruksi Kompetensi Kerja dengan lima indikator.....	43
4.2b	Component Plot Sebaran Data Empiris Pembentuk konstruk kompetensi Bisnis	45
5.1a	Konstruksi Kreativitas dengan tiga indikator.....	55
5.1b	Konstruksi Kepemimpinan dengan lima indikator.....	55
5.1c	Konstruksi Imajinasi dengan tiga indikator.....	56
5.1d	Konstruksi Kewaspadaan dengan dua indikator.....	56
5.1e	Konstruksi Penemuan dengan tiga indikator.....	57
5.2	Component Plot sebaran data empiris sebagai pembentuk konstruk spirit kewirausahaan.....	59
6.2	Component Plot sebaran data empiris Jasa Peunjang Pariwisata.....	67
7.2	Component Plot sebaran data empiris Partisipasi Masyarakat	77
8.1a	Konstruk Kulinar dengan lima indikator	86

8.1b	Konstruk Fashion dengan lima indicator	87
8.1c	Konstruk Handycraft dengan tujuh indikator	87
8.2a	Component Plot Sebaran data empiris konstruk industri kreatif.....	89
8.2b	Component Plot data survey Industri Kreatif.....	91
9.1a	Scree Plot sebaran data empiris konstruk kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan dan industry kreatif.....	104
9.1b	Konstruk Model dari Hasil Pengukuran.....	105
10.1	Pemodelan Struktur inner dan outer (Inner Struc- tural Modeling and Outer Sructural Modeling) ...	114
10.2	Konstruk Variabel Eksogen dan Endogen.....	116
10.3	Pemodelan Diagram Jalur	117
10.4	Model Hubungan Variabel dengan SEM-PLS.....	124
10.5	Hasil Uji Signifikansi Variabel dengan Model SEM-PLS	125
11.1	Proyeksi kunjungan wisata internasional lima benua (UNWTO, 2014).....	140

BAB I

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor pariwisata di Bali sangat pesat. Hal ini disebabkan oleh terjadi transformasi struktural dari sektor agriculture ke sektor pariwisata. Dampaknya terjadi pula pemusatan sektor ekonomi pada sektor jasa, sehingga terjadi serapan tenaga tenaga yang tidak seimbang. Pariwisata Bali sebagai *leading sector* perekonomian Bali menunjukkan peningkatan yang semakin besar dilihat dari PDRB provinsi Bali tahun 2011 6,66% menjadi 6,72% pada tahun 2014. Rasio perkapita PDRB Bali dengan PDB nasional tahun 2010 sebesar 83,37%, meningkat menjadi 89,82% tahun 2014. Dengan demikian pariwisata memerlukan kajian menyeluruh dan terintegrasi tentang dampaknya terhadap kajian sosial dan lingkungan (Belsoy et.al,2012). Terkait dengan dampak sosial, pariwisata akan dapat dikembangkan lagi melalui pengembangan kreativitas, dan pemberdayaan masyarakat dalam berbagai program kegiatan sosial ekonomi. Program pemberdayaan masyarakat dalam

kegiatan sosial ekonomi ini juga telah berhasil dilakukan di beberapa negara seperti di Sweden, Afrika, dan negara lainnya (Nelsen, 2008). Pengembangan ekonomi kreatif mampu meningkatkan GDP nasional sebesar 2,5%. Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh (Porter, 2000), pengembangan kreatif dan inovasi masyarakat akan mampu menciptakan *productive competition*, sehingga hasil yang diharapkan juga semakin meningkat.

Pariwisata Bali saat ini menjadi barometer kemajuan kinerja perekonomian Bali. Pesatnya perkembangan pariwisata Bali, juga berdampak pada kepadatan penduduk serta alih fungsi lahan di wilayah Bali. Selain itu, pariwisata juga menyebabkan aglomerasi ekonomi pada satu sektor, sehingga menimbulkan konsentrasi ekonomi pada beberapa wilayah, seperti Denpasar, Badung, dan Gianyar. Terkonsentrasinya ekonomi pada beberapa wilayah tersebut berdampak pada tingginya pendapatan perkapita daerah yang bersangkutan. Namun, disisi lain peningkatan pendapatan perkapita tidak disertai dengan kualitas kompetensi sumber daya manusia dan kreativitasnya. Hal itu dapat menimbulkan masalah sosial ekonomi dan budaya yang tidak bisa dihindari. Selain itu, pemusatan ekonomi hanya pada wilayah tertentu akan dibutuhkan penyediaan infrastruktur dan lahan untuk wilayah terbangun semakin meningkat pesat (Brueckner, 2006). Disamping itu kesempatan kerja yang harus disediakan oleh pemusatan ekonomi semakin tinggi. Untuk itu peran serta pemerintah dan lembaga terkait perlu dilakukan melalui kebijakan dan kajian riset, sehingga dapat memotivasi pemikir-pemikir kreatif (Cia

(2013).

Seperti dilansir dari laporan analisis wilayah Bali tahun 2015, walaupun sektor pariwisata menyumbang terhadap PDRB Bali terbesar, namun pertumbuhan jasa pendukung sektor pariwisata tidak signifikan. Jasa penunjang pariwisata merupakan aktivitas, manfaat yang ditawarkan untuk dijual, sehingga wisatawan menjadi betah didaerah tujuan wisata. Untuk itu perlu suatu upaya menciptakan kualitas yang lebih baik jasa penunjang pariwisata tersebut, melalui kajian kompetensi bisnis dan spirit berinovasi dan berkreasi. Jasa pendukung pariwisata dapat berfungsi dengan baik, bilamana dilakukan dengan pengembangan berbasis partisipasi masyarakat (*community participate development*). Hal ini ini dipertegas oleh Cholisin (2011), bahwa konsep (*community development*) sebagai tandingan (*opponent*) dengan *welfare-State*. Peran dan tanggung jawab pemerintah dan lembaga perguruan tinggi untuk pembangunan pada sektor pariwisata dapat dilaksanakan melalui kebijakan penelitian unggulan “dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kemandirian bangsa (*Entrepreneurship*)” dan daya saing global

Berdasarkan permasalahan dan “issue strategis kepariwisataan berkelanjutan berbasis ekonomi budaya dan lingkungan” maka perlu dirumuskan dan dipaparkan sebagai berikut:

- 1) Dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan pada industri kreatif.
- 2) Faktor –faktor sebagai dasar untuk mengukur dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit

- kewirausahaan pada industri kreatif.
- 3) Model pengukuran kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan pada industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azemikhah, H. (2005). *The design of competency based learning resources for VET training packages using learner centred, work centred and attribute focused simulation strategies*. Paper presented at the Australian Vocational Education and Training Research Association Conference, 8th, Brisbane, 2005, Brisbane.
- Abolghasem Arabiun, Samaneh Pouyanfar, Ebrahim Sabermaash, Mohsen Yousefi, Shahabeddin Shams (2012). Synergetic Combination of Competitive Advantage and Customer Satisfaction; Introduction of A New Strategic Decision Making Tool (SEVO). *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(6)5679-5684, 2012.
- Anand,N., Gardner,H.K.and Morris,T. (2007), Knowledge-Based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms, *Academy of Management Journal*,Vol.50. No.2.pp.406-426
- Belsoy J, Korir J, Yego J (2012) Environmental Impacts of Tourism in Protected Areas *Journal of Environment and Earth Science*, 2: 64-73.
- Bayus, Barry L. (2010). Kano Model of Customer Satisfaction. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd. pp. 401-414.
- Bilgihan, A., & Wang, Y. (2011). How can Hospitality Organizations Create IT Induced Competitive Advantage? A Theoretical Framework. 16th

- Graduate Students Research Conference.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011) *Business research methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, B. (2012a) *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2012b). *Analisis data penelitian kualitatif: pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bhathacherjee, Anol. 2012. *Social Science Research: Principles Methods, and Practices*. University of South Florida. abhatt@usf.edu.
- Bernhard Schmiedinger, Klaus Valentin, Elisabeth Stephan Schmiedinger, B., Valentin, K., and Stephan, E., (2005) Competence based Business Development Organizational Competencies as Basis for Successful Companies. Proceedings of I-KNOW'05 Gran.Autria, Juni 29-July.
- Bruhn, M., Grund, M.A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028.
- Brueckner, Jan Keith, Largey, Ann G., 2006). *Sosial Interaction and Urban Sprawl* CESif.WP. No.1843. IER University of Munich.
- Chia, Siow Yue (2013). *The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects*. No. 440 October 2013, ADBI Working Paper Series, No.

440. October 2013,
- Chan-Seng Ooi (2006). Tourism and economic creative in Singapore. DEIM. Url::[http// / www.ooi.dk](http://www.ooi.dk)
- Chia, Siow Yue. (2013) The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, And Prospects, ADBI October, No.440
- Casson, Mark. 2000. Information and Organization. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, G. N., and E. Jansen, E. 1992. "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing* 7: 223-36.
- Cheng, J., Masser, I., 2003. Urban growth pattern modelling: a case study of Wuhan City, PR China. *Landscape Urban Plan.*62, 199-217.
- Cholisin, 2011. Pengembangan Karakeri melalui Pembelajaran Kewarganegaraan. Yogyakarta.
- Edward Glaeser, Matthew Kahn, and Chenchuan Chu, (2001) *Job Sprawl: Employment Location in U.S. Metropolitan Areas*, Center for Urban & Metropolitan Policy, The Brookings Institution, Washington, D.C., July 2001.
- Erpenbeck, Rosenstiel, 2003. Erpenbeck, John & Lutz von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003). *Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis.* Schäffer-Poeschel.
- Fabel, Oliver, (2004) Spinoffs of Entrepreneurial firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and*

- Theoretical Economic*. Vol.160: 416-438
- Foss N.J., dan Klein, P.G., (2004) "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm any Gains from trade, Handbook of Entrepreneurship: Dicipinary Perspektif. Austrian Schoolrs Conference." *Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3
- Fu Cai-Wu, Jiang Hai-quan, (2009) Function and Value Proposition Design of Cultural and Creative Industry in the Construction of Two-Oriented Society. Journal of China of GeSciences Edition 2009-4. CNKI.
- Hsiesh, Chih-Hao, Gugiahah,G., May,R., Hao-Ye, Deyle,E., Fogarty,M., Munch, Stepan, Detecting Causality in Complex Ecosystem. Vol.338. Science26 October 2012. www.sciencemag.org.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, N., Roche, G., Allen, R. (2007) Customer Satisfaction: The customer experience through the customer's eyes. Cogent Publishing Ltd. pp. 29-43, 226-250.
- International Labour Organization, (2006). Regional Model Compentecy Standard: Tourism Industry.Bangkok.-ISBN: 92-2-119308-X and 978-92-2-119308-1 (web-pdf)
- Jackson,Matthew O.,(2014) Networks in the understanding of economic behaviors. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/

jep.28.4.3.

- Koentjaraningrat. (1994). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lazear, Edward P., (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labour Economic*. Vol.23 (4):649-680.
- Mithas, S., Krishnan, M.S., & Fornell, C. (2005). Why do customer relationship management applications affect customer satisfaction? *Journal of marketing*, 69(4), 201-209.
- Li Wu-wei, Wang Hui-min (2006). Creative Industry Promoting the Changing of the Ways of Economic Growth. Shanghai Academy of Social Sciences, *China Industrial Economy*. 2006-11. Shanghai 2000020. China Industrial Economy. CNKI.
- Liu Yu, Feng Jian, (2008), Development of Creative Beijing: Transition of Economy, Society and Space, *Urban Studies*. 2008-06. CNKI.
- Porter, M.E. (2001) From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvar Business Review*, May-June 1987. PP-79-91.
- Stefan, Eicker. J. Kochbeck, Schuler, P.M. (2008), Employee Competencies for Business Process Management. *BIS. LNBIP*. 7.252-242. Springer Verlag, Berlin.
- Su-Chin Hsieh, Jui-Shin Lin, Huang-Chun Lee, 2012. Analysis on Literature Review of Competency. *International Review of Business and Economics* Vol.2. pp.25-50. October
- Spencer, L.M and Spencer, P.S.M (2008) Competence at Work

- model for superior performance, Jojn Wiley & Sons.
- Schofield K. and McDonald R. (2004). *High level review of training packages: Moving On (Phase 3 Report)*. Brisbane: ANTA.
- Siriwaiprapan, S. (2000). *The concept, practice, and future of human resources development as perceived by Thai human resources practitioners*. Unpublished doctoral dissertation, George Washington University, Washington DC.
- Taskov,Nako; Mtodijeski, Dejan,; Dzeleva, Tajdana,; Fillipovski,Oliver, (2011), Entrepreneurship in Tourism Industry lead to Business Benefits. Skopje, Macedonia.
- Undang-Undang No,10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Wisata Pulau Suwarnadwipa.
- Ulrich,D,Younger,J. Brockbank,W.& Ulrich, M.(2012), HR talent and the new HR competencies, *Strategis HR Review*, Vol.11.No.4.pp217-222.
- Zaleha Mohamad, Yahaya Ibrahim, Mohd.Shaladdin Muda, and Safiek Moklis, (2013). Entrepreneurial Competencies and Sustainability of Homestay Entrepreneurs. *The International Journal of Social Sciences*. 30th April 2013. Vol.10 (1). www.Tijoss.com.
- Zhang,J.,Zheng,Q,Q.,Su,L.,and Zheng,Lu (2012). Reliability and Validity Testing and Analysis of IPMA-HR Competency Model in China. *Public Personnel Management*,Vol.41. No.1,pp.173-197.

- Cohen, M.; S. Elder; C. Musco; C. Musco; M. Persu (2014). "Dimensionality reduction for k -means clustering and low rank approximation (Appendix B)".arXiv:1410.6801. Bibcode: 2014arXiv 1410.6801C.
- Hui Zou; Trevor Hastie; Robert Tibshirani (2006). "Sparse principal component analysis" (PDF). *Journal of Computational and Graphical Statistics*. 15 (2): 262–286. CiteSeerX 10.1.1.62.580. doi:10.1198/106186006x113430.
- Alexandre d'Aspremont; Laurent El Ghaoui; Michael I. Jordan; Gert R. G. Lanckriet (2007). "A Direct Formulation for Sparse PCA Using Semidefinite Programming" (PDF). *SIAM Review*. 49 (3): 434–448. arXiv:cs/0406021. doi:10.1137/050645506.
- Michel Journee; Yurii Nesterov; Peter Richtarik; Rodolphe Sepulchre (2010). "Generalized Power Method for Sparse Principal Component Analysis" (PDF). *Journal of Machine Learning Research*. 11: 517–553. arXiv:0811.4724. Bibcode:2008arXiv0811.4724J. CORE Discussion Paper 2008/70.
- Peter Richtarik; Martin Takac; S. Damla Ahipasaoglu (2012). "Alternating Maximization: Unifying Framework for 8 Sparse PCA Formulations and Efficient Parallel Codes". arXiv:1212.4137 [stat.ML].
- Baback Moghaddam; Yair Weiss; Shai Avidan (2005). "Spectral Bounds for Sparse PCA: Exact and Greedy Algorithms" (PDF). *Advances in Neural Information Processing Systems*. 18. MIT Press.

BAB II

LANDASAN TEORI

Aglomerasi/pemusatan ekonomi pada sektor pariwisata menyebabkan pertumbuhan PDRB meningkat sangat signifikan. Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling bersinergi. Jika dikelola dengan baik maka dua unsur tersebut dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif secara nasional tumbuh 11% tahun 2016, sedangkan sektor pariwisata juga berpengaruh signifikan terhadap prekonomian nasional. Sejalan dengan program kebijakan pemerintah dan penelitian unggulan lembaga Perguruan Tinggi untuk peningkatan kemandirian bangsa dan daya saing global, maka Industri kreatif yang memiliki nilai kearifan lokal dapat dipergunakan sebagai pengembangan jasa penunjang pariwisata. Terkait dengan hal tersebut, maka kegiatan ekonomi industri kreatif pada sektor pariwisata juga tumbuh dilihat dengan tiga faktor, yaitu *Something to see, something to do, something to buy*. Ketiga komponen tersebut, menjadi konsep dasar meunculnya

keaktivitas masyarakat, jasa-jasa pendukung, industri kreatif yang dapat menimbulkan perubahan pada kehidupan masyarakat.

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan pariwisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu (1) *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, seperti Pesta Kesenian Bali, Kuta Karnival, Barong Dance. (2) *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata. (3) *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dapat dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to do* and *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah. Hasil data statistik ekonomi kreatif 2016 menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2010-2015, besaran PDB ekonomi kreatif naik meningkat rata-rata 10,14% per tahun. Sedangkan tiga negara tujuan ekspor komoditi ekonomi kreatif terbesar pada tahun 2015 adalah Amerika Serikat 31,72% kemudian Jepang 6,74%, dan Taiwan 4,99%. Untuk sektor tenaga kerja ekonomi kreatif 2010-2015 mengalami pertumbuhan sebesar 2,15%, dimana jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebanyak 15,9 juta orang. Untuk menjaga keselarasan antara sektor pariwisata dan industri kreatif tumbuh dan berhasil, maka diperlukan pemanfaatan sumber daya ekonomi kreatif. Peran serta masyarakatmenjadisangatpentinguntukmengembangkan sektor pariwisata sebagai jasa pendukung dan

pengembangan industri kreatif.

Riset yang lain dilakukan beberapa ahli ekonomi bahwa *konvergensi/pemusatan ekonomi pada satu wilayah (sektor pariwisata)* dapat menimbulkan perubahan kelompok-kelompok sosial, pendapatan, jumlah pengangguran dan sering dianggap sumber permasalahan. Konvergensi ekonomi pada satu sektor tersebut, disisi lain oleh beberapa peneliti dapat meningkatkan “networks” antar individu dengan memanfaatkan informasi dan akan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menciptakan suatu kesempatan kerja (Jackson, 2014). Cheng dan Masser (2003) melakukan riset dengan mengeksplorasi pada wilayah spasial *lower class* di China untuk mengukur pertumbuhan kota dan faktor-faktor penyebabnya dengan teknik regresi spasial logistik. Namun, hasil penelitian ini tidak mampu menemukan secara akurat kelompok masyarakat *lower class* yang berkontribusi terhadap pertumbuhan. Agar kelompok masyarakat kelas bawah memiliki peran terhadap pertumbuhan ekonomi, maka diperlukan pengetahuan untuk mengukur tentang kemampuan apa dan bagaimana kemampuannya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas sebagai jasa penunjang pariwisata dan industri kreatif.

Sebagaimana diungkapkan oleh Spencer & Spencer (2008), terdapat lima karakteristik kompetensi, yaitu: (1) motif-motif (*motives*), (2) ciri-ciri (*traits*), (3) konsep diri (*self-concept*), (4) pengetahuan (*knowledge*), (5) keterampilan (*skill*), Penelitian yang telah dilakukan oleh Aryaningsih,dkk.(2014) menemukan kompetensi sosial,

kompetensi kognitif dan kompetensi diri berkorelasi positif dan signifikan terhadap jiwa kewirausahaan pada usaha dagang perkotaan.

Berkembangnya berbagai usaha sehingga muncul aglomerasi ekonomi dilihat dari sudut pandang bisnis merujuk pada pandangan Erpenbeck dan Rosenstiel (2003), bahwa Atribut-atribut kompetensi bisnis merupakan kemampuan yang diperoleh lewat pembelajaran, pengalaman, pelatihan dan pengembangan aktivitas perilaku berorientasi hasil kerja. Delamare dan Winterton (2005) dalam Abolghasem (2012); . atribut/ karakteristik pengembangan bisnis juga dapat dilakukan dengan pendekatan perilaku melalui demonstrasi, observasi, dan penilaian kemampuan dalam berbagai kegiatan dalam berbagai sektor.

2.1 Pandangan Kompetensi Bisnis

Kompetensi bisnis merupakan kemampuan yang dibutuhkan oleh setiap orang dalam melakukan suatu usaha. Siriwaiprapan (2000) ; Hsieh, et.al,2012 menyatakan bahwa terdapat lima domain yang diperlukan untuk mengembangkan kompetensi sumber daya manusia. Lima domain tersebut adalah *Organisational Competency: Social Competency : Kognitif Competency: Self Competency: Job Competency*. Pada abad modern sebagai era kembalinya setiap insan manusia terhadap peran penting pengetahuan (Azemikhah, 2005). Perubahan global yang menganggap pentingnya kompetensi berbasis latihan (magang) munculnya sejumlah konsep kompetensi yang baru

(Mansfield, 2004). Schmiedinger, et. al (2005) menyatakan kompetensi manusia merupakan kombinasi dari pengetahuan (eksplisit dan implisit), kemampuan dan keterampilan dipengaruhi oleh kebutuhan, motif, tujuan pribadi, nilai-nilai, standar dan sikap. Beberapa hasil penelitian menekankan bahwa ada hubungan yang signifikan kompetensi secara umum pada tingkat global.

Beberapa bukti menunjukkan bahwa kompetensi berkaitan dengan *disciplinespecific* dan *generic knowledge competencies*. Konsep Kompetensi dan kompetensi berbasis pelatihan *diungkapkan oleh* (Schofield dan McDonald R., 2004). Implikasi kompetensi dalam kehidupan berbisnis didasarkan pada konsep Siriwaiprapan (2000). Pengembangan kompetensi menjadi kompetensi bisnis didasarkan pada beberapa derivasi konsep kompetensi. Beberapa ahli manajemen menyatakan bahwa kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan/skill, pengembangan kompetensi bisnis agar lebih efektif, maka seseorang harus mampu untuk menunjukkan hasil pekerjaan dengan kualifikasi/ atribut pribadinya.

Proses pengembangan kompetensi secara praktis dilihat dari beberapa pengalaman yang dilakukan secara berulang dengan menggunakan konsep sederhana., Transposisi kompetensi bisnis digunakan untuk pemecahan masalah yang sangat kompleks dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan untuk pembelajaran. Kompetensi berorientasi bisnis diperoleh melalui pembelajaran, pengalaman, skill, dan profesionalisme semakin meningkat sampai terbentuk kemandirian. Stefan (2008), level kompetensi dalam

proses bisnis dapat disusun dengan kriteria kebutuhan minimum yang diukur dari “ketidapuasan sampai dengan ukuran kepuasan paling baik”.

2.2 Pandangan Spirit Kewirausahaan

Konsep kewirausahaan setelah abad 20 berkembang dua konsep teori “**Jack of All Trades Theory**” (Lezear, 2005) dan “**()-Ring Theory**” (Fabels, 2004). Hasil pengujian teori pertama menunjukkan bahwa (1) setiap individu memiliki skill yang berbeda untuk menjadi entrepreneur; (2) individu yang menjadi entrepreneur memilih berinvestasi pada human capital, sehingga akhirnya menjadi spesialis. Hasil pengujian teori kedua menunjukkan bahwa (1) setiap individu memiliki kemampuan berbeda (*different abilities*); kualitas kemampuannya ditentukan oleh tugas yang mampu dikerjakan dan menjadi tanggung jawabnya. Sejalan dengan hasil pengujian dua teori tersebut, konsep kewirausahaan sesungguhnya dimulai abad ke 19 yang diawali dari perkembangan ide Schumpeter.

Kewirausahaan adalah sebuah proses dimana setiap orang yang memiliki jiwa sebagai inovator dan mampu memperkenalkan produk baru, metode produksi, pasar potensial, menggali sumber daya potensial untuk membangun sebuah industri. Kewirausahaan juga sebuah proses untuk menunbuhkan imajinasi atau kreativitas, inovasi, kewaspadaan atau penemuan, kepemimpinan karismatik dan kognitif. Casson (2000) menyebutkan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk mengarti-

kulasikan rencana, dengan seperangkat aturan, dan melibatkan orang lain. Wujud rencana tersebut “ model mental “., dalam kepemimpinan kognitif Pengembangan indikator kompetensi sebagaimana dikutip oleh Tu (2006): meliputi kemampuan komunikasi: kemampuan melakukan perhitungan, kemampuan untuk belajar, kemampuan untuk belajar dalam manajemen waktu, pemecahan masalah, mencari informasi dan menerapkan; hubungan sosial , kreativitas, menyusun perencanaan, motivasi untuk berprestasi, dan kemampuan untuk menghargai budaya. Hasil kajian empiris dilakukan oleh Foss dan Klein (2004), kewirausahaan diukur dengan tiga indikator, yang meliputi: (a) keputusan harga pasar: (b) pengawasan perilaku pasar; (c) kekuatan pasar melalui *market transaction*.

2.3 Jasa Penunjang Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan seseorang untuk berkreasi. Wibowo (2008) mengungkapkan bahwa karakteristik khusus pembentuk pariwisata adalah perjalanan dilakukan sementara waktu, perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya, perjalanan dikaitkan dengan rekreasi. Jasa penunjang pariwisata ini merupakan pendukung bisnis pariwisata. Agar orang yang berkreasi tersebut menjadi betah, maka peran dan kualitas jasa penunjang sangat dibutuhkan. Jasa penunjang pariwisata juga menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi, karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Taskov,et all, 2011).Untuk

meningkatkan kinerja bisnis pariwisata menjadi lebih baik, hubungan antara pembeli dan penjual hendak dijaga melalui pelayanan/ penjualan jasa, komunikasi yang lebih baik pula (Sin,2002). Pelayanan jasa penunjang yang lebih baik akan dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi pada industri pariwisata, Kualitas jasa penunjang yang lebih baik dapat menciptakan wisatawan menjadi betah untuk menikmati daerah wisata yang ditujunya.

2.4 Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat pada kegiatan pariwisata, seperti dituangkan dalam Undang-Undang No.10 tahun 2009, Pasal 1 dinyatakan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan sektor jasa yang inheren dengan kehidupan masyarakat modern. Tumpuan pariwisata sebagai kekuatan daya saing terletak pada sumber daya yang terolah dengan baik. Koentjaraningrat (1994) menyebutkan bahwa partisipasi masyarakat dapat diwujudkan pada perubahan pola pikir, kontribusi tenaga, dan material/benda. Sektor pariwisata berbasis partisipasi masyarakat sebagai kekuatan perekonomian nasional dapat dilihat dari penyediaan lapangan kerja, dan sumber pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, kualitas sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat perlu dimanfaatkan secara efektif dan rasional menuju kemandirian ekonomi nasional.

2.5 Konsep Industri kreatif

Industri pariwisata yang menawarkan berbagai aktivitas juga merupakan sumber berkembangnya ekonomi kreatif/ industri kreatif. Industri kreatif adalah perubahan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Industri kreatif terjadi melalui perubahan kreasi budaya dengan memanfaatkan teknologi.(Li Wu dan Wang,2006).

Pada era industri kreatif, akan muncul era baru, struktur ekonomi, struktur manajemen sosial pada perkotaan. Li Yu dan Feng (2008) menyebutkan era kreatif di Asia Timur (Cina) diukur dari terjadinya perubahan menyeluruh pada budaya, pengetahuan dan teknologi. Industri kreatif dapat dilihat dari pemanfaatan ruang/ wilayah/sumber daya yang ada, sehingga dapat berkembang dan meningkatkan nilai ekonomi. Element/ unsur terbentuknya industri kreatif ditunjukkan oleh sistem manajemen sosial pada masyarakat yang menjadi lebih baik (*well being*). Fu-Cai dan Jiang (2010) pada era kreatif akan terjadi harmonisasi sosial, budaya dan industri, sehingga setiap ide yang dimiliki individu secara operasional akan transfer oleh teknologi menjadi produk industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azemikhah, H. (2005). *The design of competency based learning resources for VET training packages using learner centred, work centred and attribute focused simulation strategies*. Paper presented at the Australian Vocational Education and Training Research Association Conference, 8th, Brisbane, 2005, Brisbane.
- Abolghasem Arabiun, Samaneh Pouyanfar, Ebrahim Sabermaash, Mohsen Yousefi, Shahabeddin Shams (2012). Synergetic Combination of Competitive Advantage and Customer Satisfaction; Introduction of A New Strategic Decision Making Tool (SEVO). *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(6)5679-5684, 2012.
- Anand,N., Gardner,H.K.and Morris,T. (2007), Knowledge-Based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms, *Academy of Management Journal*,Vol.50. No.2.pp.406-426
- Belsoy J, Korir J, Yego J (2012) Environmental Impacts of Tourism in Protected Areas *Journal of Environment and Earth Science*, 2: 64-73.
- Bayus, Barry L. (2010). Kano Model of Customer Satisfaction. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd. pp. 401-414.
- Bilgihan, A., & Wang, Y. (2011). How can Hospitality Organizations Create IT Induced Competitive Advantage? A Theoretical Framework. 16th

- Graduate Students Research Conference.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011) *Business research methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, B. (2012a) *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2012b). *Analisis data penelitian kualitatif: pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bhathacherjee, Anol. 2012. *Social Science Research: Principles Methods, and Practices*. University of South Florida. abhatt@usf.edu.
- Bernhard Schmiedinger, Klaus Valentin, Elisabeth Stephan Schmiedinger, B., Valentin, K., and Stephan, E., (2005) Competence based Business Development Organizational Competencies as Basis for Successful Companies. Proceedings of I-KNOW'05 Gran.Autria, Juni 29-July.
- Bruhn, M., Grund, M.A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028.
- Brueckner, Jan Keith, Largey, Ann G., 2006). *Sosial Interaction and Urban Sprawl* CESif.WP. No.1843. IER University of Munich.
- Chia, Siow Yue (2013). *The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects*. No. 440 October 2013, ADBI Working Paper Series, No.

440. October 2013,
- Chan-Seng Ooi (2006). Tourism and economic creative in Singapore. DEIM. Url::http//www.ooi.dk
- Chia, Siow Yue. (2013) The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, And Prospects, ADBI October, No.440
- Casson, Mark. 2000. Information and Organization. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, G. N., and E. Jansen, E. 1992. "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing* 7: 223-36.
- Cheng, J., Masser, I., 2003. Urban growth pattern modelling: a case study of Wuhan City, PR China. *Landscape Urban Plan.*62, 199-217.
- Cholisin, 2011. Pengembangan Karakeri melalui Pembelajaran Kewarganegaraan. Yogyakarta.
- Edward Glaeser, Matthew Kahn, and Chenchuan Chu, (2001) *Job Sprawl: Employment Location in U.S. Metropolitan Areas*, Center for Urban & Metropolitan Policy, The Brookings Institution, Washington, D.C., July 2001.
- Erpenbeck, Rosenstiel, 2003. Erpenbeck, John & Lutz von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003). *Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis.* Schäffer-Poeschel.
- Fabel, Oliver, (2004) Spinoffs of Entrepreneurial firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and*

- Theoretical Economic*. Vol.160: 416-438
- Foss N.J., dan Klein, P.G., (2004) "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm any Gains from trade, Handbook of Entrepreneurship: Diciplinary Perspektif. Austrian Schoolrs Conference." *Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3
- Fu Cai-Wu, Jiang Hai-quan, (2009) Function and Value Proposition Design of Cultural and Creative Industry in the Construction of Two-Oriented Society. Journal of China of GeSciences Edition 2009-4. CNKI.
- Hsiesh, Chih-Hao, Gugiahar,G., May,R., Hao-Ye, Deyle,E., Fogarty,M., Munch, Stepan, Detecting Causality in Complex Ecosystem. Vol.338. Science26 October 2012. www.sciencemag.org.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, N., Roche, G., Allen, R. (2007) Customer Satisfaction: The customer experience through the customer's eyes. Cogent Publishing Ltd. pp. 29-43, 226-250.
- International Labour Organization, (2006). Regional Model Compentecy Standard: Tourism Industry.Bangkok.-ISBN: 92-2-119308-X and 978-92-2-119308-1 (web-pdf)
- Jackson,Matthew O.,(2014) Networks in the understanding of economic behaviors. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/

jep.28.4.3.

- Koentjaraningrat. (1994). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lazear, Edward P., (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labour Economic*. Vol.23 (4):649-680.
- Mithas, S., Krishnan, M.S., & Fornell, C. (2005). Why do customer relationship management applications affect customer satisfaction? *Journal of marketing*, 69(4), 201-209.
- Li Wu-wei, Wang Hui-min (2006). Creative Industry Promoting the Changing of the Ways of Economic Growth. Shanghai Academy of Social Sciences, *China Industrial Economy*. 2006-11. Shanghai 2000020. China Industrial Economy. CNKI.
- Liu Yu, Feng Jian, (2008), Development of Creative Beijing: Transition of Economy, Society and Space, *Urban Studies*. 2008-06. CNKI.
- Porter, M.E. (2001) From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvar Business Review*, May-June 1987. PP-79-91.
- Stefan, Eicker. J. Kochbeck, Schuler, P.M. (2008), Employee Competencies for Business Procecss Management. *BIS. LNBIP*. 7.252-242. Springer Verlag, Berlin.
- Su-Chin Hsieh, Jui-Shin Lin, Huang-Chun Lee, 2012. Analysis on Literature Review of Competency. *International Review of Business and Economics* Vol.2. pp.25-50. October
- Spencer, L.M and Spencer, P.S.M (2008) *Comptence at Wor*

- model for superior performance, Jojn Wiley & Sons.
- Schofield K. and McDonald R. (2004). *High level review of training packages: Moving On (Phase 3 Report)*. Brisbane: ANTA.
- Siriwaiprapan, S. (2000). *The concept, practice, and future of human resources development as perceived by Thai human resources practitioners*. Unpublished doctoral dissertation, George Washington University, Washington DC.
- Taskov,Nako; Mtodijeski, Dejan,; Dzeleva, Tajdana,; Fillipovski,Oliver, (2011)), Entrepreneurship in Tourism Industry lead to Business Benefits. Skopje, Macedonia.
- Undang-Undang No,10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Wisata Pulau Suwarnadwipa.
- Ulrich,D,Younger,J. Brockbank,W.& Ulrich, M.(2012), HR talent and the new HR competencies, *Strategis HR Review*, Vol.11.No.4.pp217-222.
- Zaleha Mohamad, Yahaya Ibrahim, Mohd.Shaladdin Muda, and Safiek Moklis, (2013). Entrepreneurial Competencies and Sustainability of Homestay Entrepreneurs. *The International Journal of Social Sciences*. 30th April 2013. Vol.10 (1). www.Tijoss.com.
- Zhang,J.,Zheng,Q,Q.,Su,L.,and Zheng,Lu (2012). Reliability and Validity Testing and Analysis of IPMA-HR Competency Model in China. *Public Personnel Management*,Vol.41. No.1,pp.173-197.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah pemusatan ekonomi sektor pariwisata di Provinsi Bali yang bertujuan untuk kesejahteraan. Lokasi penelitian adalah wilayah pemusatan ekonomi pariwisata di Provinsi Bali, yang meliputi: empat wilayah kabupaten meliputi Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan.

3.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 2 (dua) tahun untuk menghasilkan penelitian yang menyeluruh, sehingga hasil akhirnya dapat berkontribusi bagi perbaikan kualitas sumber daya manusia terutama kualitas jasa penunjang pariwisata dengan melibatkan masyarakat untuk membangun industri kreatif di Provinsi Bali serta untuk merealisasikan RIP bidang penelitian Politeknik

Negeri Bali yaitu menjadi Pusat Unggulan Nasional di Bidang *Green Tourism and Sustainable* pada tahun 2019.

Pada tahapan pertama: untuk menemukan dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan pada industri kreatif. Pada tahapan ke dua: untuk menemukan model pengukuran kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata berbasis masyarakat pada industri kreatif.

3.3 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian pada *Tahun Pertama* adalah Pendekatan Kualitatif. Alasan pemilihan desain penelitian ini adalah karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu (Bryman & Bell, 2011; Bungin, 2012a). Data kualitatif berupa data investigasi/penelusuran secara langsung ke sumber data melalui interaktif/interview dengan informan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Validitas dan reliabilitas kuesioner diuji dengan *Confirmatory Factor Analysis*.

Pendekatan penelitian pada Tahun kedua adalah Pendekatan Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah

penelitian yang bertujuan untuk mengamati/menganalisis data konkrit dan terukur, supaya terbangun obyektivitas dan dapat dibuat generalisasi. Metode analisis tahun kedua adalah *Multivariate Analysis*, yang tujuannya agar dapat membangun hubungan dimensi-dimensi hubungan variabel antara kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan pada jasa penunjang pariwisata untuk membangun industri kreatif. Disamping itu analisis multivariate digunakan agar pengukuran hasil penelitian unggulan P3MPNB yang isu fokus pada kepariwisataan berwawasan ekonomi, budaya dan lingkungan dapat mendukung renstra PNB.

Tabel 3.1 Rancangan Penelitian

Informan/ Responden	Variabel yang Diukur	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data
- Masyarakat di wilayah pemusatan ekonomi - asosiasi pelaku ekonomi di bidang kepariwisataan	- Eksplorasi dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata. - Eksplorasi atribut-atribut jasa penunjang pariwisata dan industri kreatif.	- Wawancara dan penyebaran kuesioner. - Observasi langsung pemusatan ekonomi jasa penunjang - Dokumentasi yang berkaitan dengan atribut kegiatan jasa penunjang pariwisata dan atribut industri kreatif.	- Deskriptif kualitatif - <i>Confirmatory Factor Analysis</i>

**KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:
Dimensi dan Pengukuran Faktorial**

- <i>Stakeholder</i> - Pelaku jasa penunjang pariwisata.	- Pengukuran Dimensi Kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan	- Penyebaran kuesioner. - Pengujian kuesioner, Observasi langsung di tempat mitra - Dokumentasi	- Deskriptif kuantitatif - <i>Multivariate Analysis</i>
--	---	---	---

3.4 Pedoman Kuesioner

Penelitian pada Tahap ke-1 dan Tahap ke-2 peneliti dan/ pengumpul data dibekali dengan instrumen/ kuesioner/daftar pertanyaan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pada Tahun ke-1 dilakukan observasi lapangan/penyebaran kuesioner/ wawancara langsung kepada masyarakat untuk menemukan dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata pada industri kreatif. Tahun ke-2 dilakukan pengujian kuesioner berdasarkan hasil penelitian tahun ke-1, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan draft model kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata pada insdutri kreatif. Pedoman wawancara dan kisi-kisi kuesioner pada tahun pertama dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Dimensi Pengukuran

Construct/Dimension	Aspek yang diukur	Skala (1-7)
Business Competencies:		
1. Kognitif Competency	a. berpikir kritis. b. mampu memecahkan masalah. c. membuat keputusan	Numerical Rating Scale
2. Organizational Competency	a. rencana kerja. b. mampu mengatur kerja, c. disiplin waktu, d. evaluasi kerja	Numerical Rating Scale
3. Social Competency	a. interaksi dengan lingkungan, b. hubungan interpersonal, c. intensitas komunikasi, d. akses informasi, e. komunikasi eksternal, f. pelayanan	Numerical Rating Scale
4. Self Competency	a. adaptasi diri, b. kesiapan kerja, c. responsif/tanggap, d. kejujuran	Numerical Rating Scale
5. Job Competency	a. tanggung jawab, b. motivasi, c. semangat kerja, d. kreativitas, e. hasil kerja	Numerical Rating Scale
Construct/Dimension	Aspek yang Diukur	Skala (1-7)
Spirit Kewirausahaan		
a. Imajinasi	a. menciptakan ide, b. mampu memberi solusi. c. mengharapakan hasil	Numerical Rating Scale

**KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:
Dimensi dan Pengukuran Faktorial**

b. Kreativitas	a. menggunakan daya pikir. b. ragam produk/ pelayanan. c. alternatif solusi	Numerical Rating Scale
c. Kewaspadaan	a. kehati-kehatian b. ketelitian dalam pekerjaan	Numerical Rating Scale
d. Penemuan	a. menemukan cara b. menemukan ide baru. c. semangat kerja	Numerical Rating Scale
e. Kepemimpinan	a. mampu membimbing b. kesigapan dalam bekerja. c. mampu mempengaruhi. d. kerja keras e. jangkauan berpikir.	Numerical Rating Scale
Atribut-Atribut	Aspek yang Diukur	Skala (1-7)
Industri kreatif		
Kuliner (Food)	a. modernisasi fasilitas. b. cepat tanggap pelayanan informasi. c. pelayanan d. terampil dalam penggunaan e. kenyamanan	Numerical Rating Scale
Fashion	a. nilai Pelayanan informasi- Personality b. harga c. brosur, informasi- Promotion d. kenyamanan tempat-Place	Numerical Rating Scale

Kerajinan (handycraft)	a. Nilai kepuasan mendesain b. Menciptakan kepuasan konsumen c. Kemampuan promosi d. Menciptakan Nilai pelayanan e. Menciptakan Kualitas Bahan Produk kreatif. f. Kemampuan menetapkan harga jual. g. Kemampuan menghasilkan keuntungan.	Numerical Rating Scale
--	--	-----------------------------------

DAFTAR PUSTAKA

- Kaiser, H.F. (1960). *"The application of electronic computers to factor analysis"*. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141-151.
doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, I, 245-276.
- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate Behavioral Research*, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299.
doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date=2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) from the original on 2013-10-21. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). *"Determining the number of components from the matrix of partial correlations"*.

- Psychometrika*. 41 (3): 321–327. doi:10.1007/bf02293557.
- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). "Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure". *Psychological Assessment*. 24 (2): 282–292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(8). Available online: "Archived copy". Archived from the original on 2015-03-17. Retrieved 2014-06-08.
- George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). *Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions*. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.
- Cattell, Raymond B. (1966). "The Scree Test For The Number Of Factors". *Multivariate Behavioral Research*. 1 (2): 245–276. doi:10.1207/s15327906mbr0102_10.
- Alex Dmitrienko; Christy Chuang-Stein; Ralph B. D'Agostino (2007). *Pharmaceutical Statistics Using SAS: A Practical Guide*. SAS Institute. p. 380. ISBN 978-1-59994-357-2.
- Geoffrey R. Norman; David L. Streiner (15 September 2007). *Biostatistics: The Bare Essentials*. PMPH-USA. p. 201. ISBN 978-1-55009-400-8.

BAB IV

KOMPETENSI BISNIS

4.1 Pengujian Kompetensi Bisnis

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data kuesioner di lapangan dapat diuji dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%). Jika hasil pengujian data kuesioner di lapangan memiliki nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ melebihi 0,05 (5%) maka data kuesioner dapat dipergunakan pada penelitian lebih lanjut. Jika nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ kurang dari 0,05 (5%), maka data kuesioner tidak dapat dilanjutkan sebagai data dalam penelitian.

Berdasarkan hasil uji normalitas data kuesioner kompetensi bisnis dapat dipergunakan dalam penelitian, sehingga dapat dilakukan pengujian lebih lanjut. Ringkasan indikator dari faktor kompetensi bisnis dapat dilukiskan pada Gambar 5.1a, 5.1b, 5.1c, 5.1d, dan 5.1e.

Pengujian normalitas Faktor kompetensi bisnis dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai

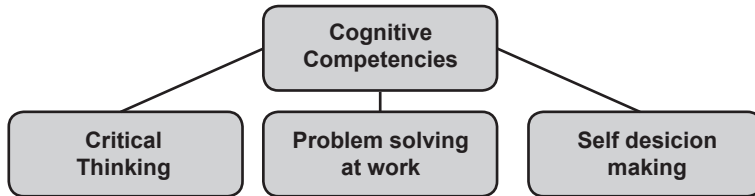
melebihi nilai 0,05 (5%). Jika hasil pengujian data kuesioner dilapangan memiliki nilai asmp.sig.(2.tailed) melebihi 0,05 (5%). Kompetensi kognitif memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) 0,254. Kompetensi organisasional memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) 0,275. Kompetensi sosial memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) 0,315. Kompetensi individu memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) 0,164. Kompetensi kerja memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) 0,253. Tabel 5.1a menunjukkan hasil pengujian normalitas, sehingga data kuesioner dapat digunakan pada penelitian selanjutnya. Tabel 5.1a. berikut menunjukkan pengujian normalitas kompetensi bisnis K-S One Sample.

Tabel 4a
Pengujian Normalitas Faktor Kompetensi Bisnis

Faktor Kompetensi Bisnis	Asmp.Sig.(2-tailed)	Kriteria
X1-1 (kompetensi kognitif)	0,254	Normal
X1-2 (kompetensi organisasional)	0,275	Normal
X1-3 (kompetensi sosial)	0,315	Normal
X1-4 (Kompetensi individu)	0,164	Normal
X1-5 (kompetensi kerja)	0,253	Normal

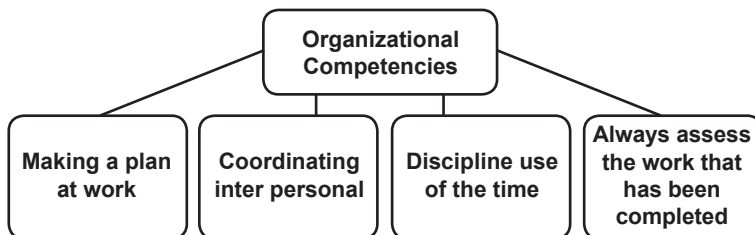
Faktor kompetensi bisnis yang diukur dari lima indikator, yaitu kompetensi kognitif, kompetensi sosial, kompetensi organisasional, kompetensi individu dan kompetensi kerja dapat dipergunakan untuk pengukuran penelitian lebih lanjut. Kompetensi kognitive diukur dari unsur berpikir kritis (*critical thinking*), dapat memecahkan masalah (*problem solving at work*), mampu membuat

keputusan diri (*self desicion making*) dapat digunakan sebagai indikator penelitian. Ringkasan faktor kompetensi kognitive dapat dilukiskan pada Gambar 4.1a



Gambar 4.1a Kompetensi Kognitive dengan Tiga Indikator.

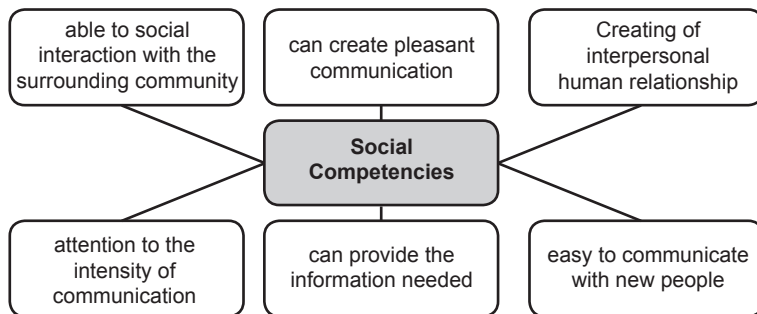
Faktor kompetensi organisasional yang diukur empat (4) indikator, yaitu kemampuan menyusun rencana kerja (*making a plan at work*), kordinasi interpersonal (*cordinating inter personal*), disiplin menggunakan waktu (*disciplin use of the time*), selalu melakukan penilaian terhadap pekerjaan yang dikerjakan (*always assess the work that has been completed*). Dengan demikian indikator kompetensi organisasional dapat digunakan sebagai indikator penelitian. Ringkasan faktor kompetensi kognitive dapat dilukiskan pada Gambar 4.1b



Gambar 4.1b Kompetensi organisasional dengan empat indikator.

Kompetensi sosial diukur dari kemampuan interaksi social dengan masyarakat sekitarnya (*able to social interaction*)

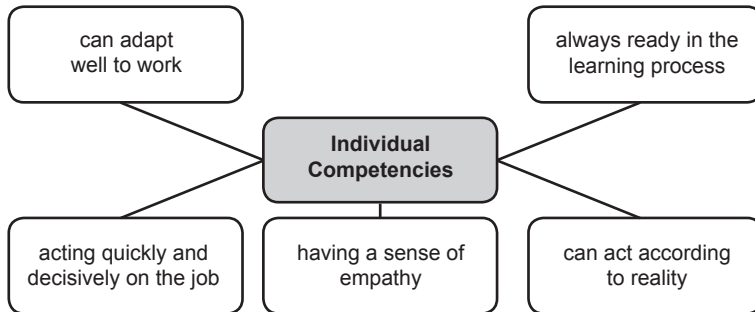
with the surrounding community), kemampuan menciptakan komunikasi yang menyenangkan (*can create pleasant communication*), menciptakan hubungan interpersonal dengan setiap orang (*creating of interpersonal human relationship*), memperhatikan intensitas komunikasi pada setiap orang (*attention to the intensity of communication*), memberikan informasi yang dibutuhkan (*can provide the information needed*), dan mudah berkomunikasi dengan orang baru (*easy to communicate with new people*). Ringkasan faktor kompetensi sosial dengan enam indikator (6) dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1c.



Gambar 4.1c Kompetensi Sosial dengan Enam Indikator

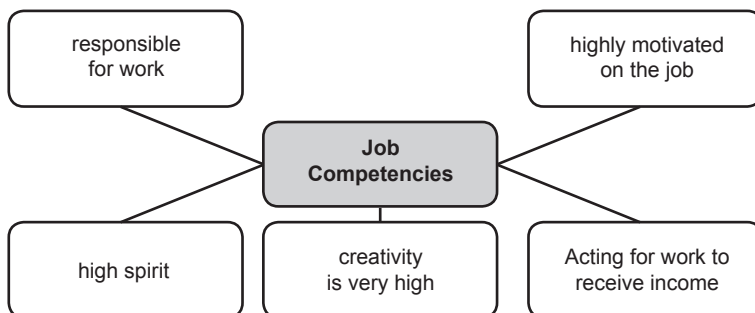
Kompetensi individual diukur dari kemampuan beradaptasi baik pada pekerjaan (*can adapt well to work*), selalu siap dalam proses pembelajaran (*always ready in the learning process*), beraktivitas dengan cepat atas pekerjaan (*acting quickly and decisively on the job*), memiliki rasa empati (*having a sense of empathy*), dapat bertindak sesuai kenyataan (*can act according to reality*). Ringkasan faktor kompetensi individual dengan enam indikator

enam (6) dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1d.



Gambar 4.1d Kompetensi Individual dengan lima Indikator.

Kompetensi individual diukur dari kemampuan bertanggung jawab pada pekerjaan (*responsible for work*), memiliki motivasi kerja yang tinggi (*highly motivated on the job*), memiliki spirit tinggi (*high spirit*), memiliki kreativitas sangat tinggi (*creativity very high*), dapat bertindak sesuai kenyataan (*can act according to reality*). Ringkasan faktor kompetensi individual dengan lima indikator dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1e.



Gambar 4.1e Kompetensi individual dengan lima indikator

Pengujian *Confirmatory Factor Analysis* Kompetensi Bisnis

Pengujian CFA untuk pembentukan faktor kompetensi bisnis dengan menggunakan standar nilai pengujian analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE>Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Comunilities* ($>0,50$). Hasil pengujian dimensi-dimensi kompetensi bisnis, dengan menggunakan program IBM SPSS dapat ditunjukkan pada Tabel 4.2a.

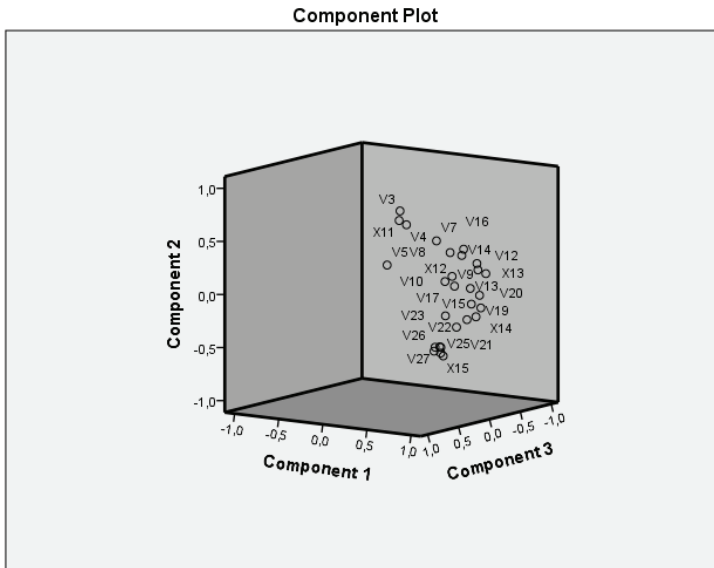
Tabel 4.2a Pengujian Faktor Kompetensi bisnis

Faktor Kompetensi Bisnis	KMO. >0,050	Loading factor >60%	Nilai communalities >0,50
X1-1 (kompetensi kognitif)	0,771	80,24%	0,870
X1-2 (kompetensi organisasional)			0,769
X1-3 (kompetensi sosial)			0,792
X1-4 (Kompetensi individu)			0,807
X1-5 (kompetensi kerja)			0,779

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk kompetensi bisnis sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor kognitif, social, organisasional, individu, dan kerja sebesar 80,24%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian kompetensi bisnis dapat dibentuk oleh factor faktor kognitif, social, organisasional, individu, dan kerja. Pembuktian kompetensi bisnis sebagai konstruk variabel

dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa kompetensi bisnis memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnva.



Gambar4.2b Component Plot Sebaran Data Empiris Pembentuk konstruk kompetensi Bisnis.

Gambar diatas menunjukan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersbut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya.

Sejalan dengan hasil kajian riset bahwa kompetensi bisnis merupakan kemampuan yang dibutuhkan oleh setiap orang dalam melakukan suatu usaha. Siriwaiprapan (2000) ; Hsieh, et.al,2012 menyatakan bahwa terdapat lima domain yang diperlukan untuk mengembangkan

kompetensi sumber daya manusia. Lima domain tersebut adalah *Organisational Competency: Social Competency : Cognitif Competency: Self Competency: Job Competency*. Pada abad modern sebagai era kembalinya setiap insan manusia terhadap peran penting pengetahuan (Azemikhah, 2005). Perubahan global yang mengangap pentingnya kompetensi berbasis latihan (magang) munculnya sejumlah konsep kompetensi yang baru (Mansfield, 2004). Schmiedinger, et. al (2005) menyatakan kompetensi manusia merupakan kombinasi dari pengetahuan (eksplisit dan implisit), kemampuan dan keterampilan dipengaruhi oleh kebutuhan, motif, tujuan pribadi, nilai-nilai, standar dan sikap. Beberapa hasil penelitian menekankan bahwa ada hubungan yang signifikan kompetensi secara umum pada tingkat global.

Beberapa bukti menunjukkan bahwa kompetensi berkaitan dengan *disciplinespecific* dan *generic knowledge competencies*. Konsep Kompetensi dan kompetensi berbasis pelatihan *diungkapkan oleh* (Schofield dan McDonald R., 2004). Implikasi kompetensi dalam kehidupan berbisnis didasarkan pada konsep Siriwaiprapan (2000). Pengembangan kompetensi menjadi kompetensi bisnis didasarkan pada beberapa derivasi konsep kompetensi. Beberapa ahli manajemen menyatakan bahwa kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan/skill, pengembangan kompetensi bisnis agar lebih efektif, maka seseorang harus mampu untuk menunjukkan hasil pekerjaan dengan kualifikasi/ atribut pribadinya.

Proses pengembangan kompetensi secara praktis dilihat dari beberapa pengalaman yang dilakukan secara

berulang dengan menggunakan konsep sederhana., Transposisi kompetensi bisnis digunakan untuk pemecahan masalah yang sangat kompleks dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan untuk pembelajaran. Kompetensi berorientasi bisnis diperoleh melalui pembelajaran, pengalaman, skill, dan profesionalisme semakin meningkat sampai terbentuk kemandirian. Stefan (2008), level kompetensi dalam proses bisnis dapat disusun dengan kriteria kebutuhan minimum yang diukur dari **“ketidapuasan sampai dengan ukuran kepuasan paling baik”**.

DAFTAR PUSTAKA

- Azemikhah, H. (2005). *The design of competency based learning resources for VET training packages using learner centred, work centred and attribute focused simulation strategies*. Paper presented at the Australian Vocational Education and Training Research Association Conference, 8th, Brisbane, 2005, Brisbane.
- Abolghasem Arabiun, Samaneh Pouyanfar, Ebrahim Sabermaash, Mohsen Yousefi, Shahabeddin Shams (2012). Synergetic Combination of Competitive Advantage and Customer Satisfaction; Introduction of A New Strategic Decision Making Tool (SEVO). *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(6)5679-5684, 2012.
- Anand,N., Gardner,H.K.and Morris,T. (2007), Knowledge-Based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms, *Academy of Management Journal*,Vol.50. No.2.pp.406-426
- Belsoy J, Korir J, Yego J (2012) Environmental Impacts of Tourism in Protected Areas *Journal of Environment and Earth Science*, 2: 64-73.
- Bayus, Barry L. (2010). Kano Model of Customer Satisfaction. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd. pp. 401-414.
- Bilgihan, A., & Wang, Y. (2011). How can Hospitality Organizations Create IT Induced Competitive Advantage? A Theoretical Framework. 16th

- Graduate Students Research Conference.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011) *Business research methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, B. (2012a) *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2012b). *Analisis data penelitian kualitatif: pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bhathacherjee, Anol. 2012. *Social Science Research: Principles Methods, and Practices*. University of South Florida. abhatt@usf.edu.
- Bernhard Schmiedinger, Klaus Valentin, Elisabeth Stephan Schmiedinger, B., Valentin, K., and Stephan, E., (2005) Competence based Business Development Organizational Competencies as Basis for Successful Companies. Proceedings of I-KNOW'05 Gran.Autria, Juni 29-July.
- Bruhn, M., Grund, M.A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028.
- Brueckner, Jan Keith, Largey, Ann G., 2006). *Sosial Interaction and Urban Sprawl* CESif.WP. No.1843. IER University of Munich.
- Chia, Siow Yue (2013). The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects. No. 440 October 2013, ADBI Working Paper Series, No.

440. October 2013,
- Chan-Seng Ooi (2006). Tourism and economic creative in Singapore. DEIM. Url::http//www.ooi.dk
- Chia, Siow Yue. (2013) The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, And Prospects, ADBI October, No.440
- Casson, Mark. 2000. Information and Organization. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, G. N., and E. Jansen, E. 1992. "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing* 7: 223-36.
- Cheng, J., Masser, I., 2003. Urban growth pattern modelling: a case study of Wuhan City, PR China. *Landscape Urban Plan.*62, 199-217.
- Cholisin, 2011. Pengembangan Karakeri melalui Pembelajaran Kewarganegaraan. Yogyakarta.
- Edward Glaeser, Matthew Kahn, and Chenchuan Chu, (2001) *Job Sprawl: Employment Location in U.S. Metropolitan Areas*, Center for Urban & Metropolitan Policy, The Brookings Institution, Washington, D.C., July 2001.
- Erpenbeck, Rosenstiel, 2003. Erpenbeck, John & Lutz von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003). *Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis.* Schäffer-Poeschel.
- Fabel, Oliver, (2004) Spinoffs of Entrepreneurial firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and*

- Theoretical Economic*. Vol.160: 416-438
- Foss N.J., dan Klein, P.G., (2004) "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm any Gains from trade, Handbook of Entrepreneurship: Diciplinary Perspektif. Austrian Schoolrs Conference." *Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3
- Fu Cai-Wu, Jiang Hai-quan, (2009) Function and Value Proposition Design of Cultural and Creative Industry in the Construction of Two-Oriented Society. Journal of China of GeSciences Edition 2009-4. CNKI.
- Hsiesh, Chih-Hao, Gugiahah,G., May,R., Hao-Ye, Deyle,E., Fogarty,M., Munch, Stepan, Detecting Causality in Complex Ecosystem. Vol.338. Science26 October 2012. www.sciencemag.org.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, N., Roche, G., Allen, R. (2007) Customer Satisfaction: The customer experience through the customer's eyes. Cogent Publishing Ltd. pp. 29-43, 226-250.
- International Labour Organization, (2006). Regional Model Compentecy Standard: Tourism Industry. Bangkok.-ISBN: 92-2-119308-X and 978-92-2-119308-1 (web-pdf)
- Jackson, Matthew O., (2014) Networks in the understanding of economic behaviors. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3.

BAB V

SPIRIT KEWIRAUSAHAAN

5.1 Pengujian Spirit Kewirausahaan

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data kuesioner di lapangan dapat diuji dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%). Jika hasil pengujian data kuesioner di lapangan memiliki nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ melebihi 0,05 (5%) maka data kuesioner dapat dipergunakan pada penelitian lebih lanjut. Jika nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ kurang dari 0,05 (5%), maka data kuesioner tidak dapat dilanjutkan sebagai data dalam penelitian.

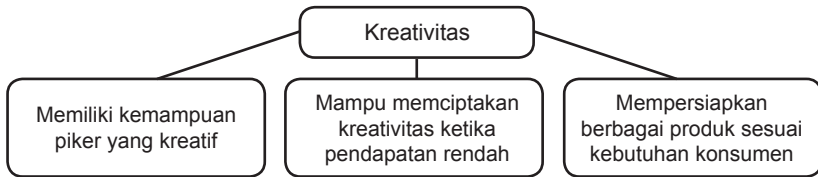
Pengujian normalitas Faktor Spirit Kewirausahaan dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%), dua indikator, yaitu kreativitas (*creativity*) dan leadership (kepemimpinan). Indikator yang memiliki nilai $\text{Asmp.Sig.}(2\text{-tailed})$ kurang dari 0,05 (5%) tiga indikator adalah imajinasi (*imagination*), kewaspadaan (*prudential*), dan penemuan (*inquiry*). Tabel

6a. berikut menunjukkan pengujian normalitas spirit kewirausahaan K-S One Sample.

Tabel 5.1a.
Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Spirit Kewirausahaan

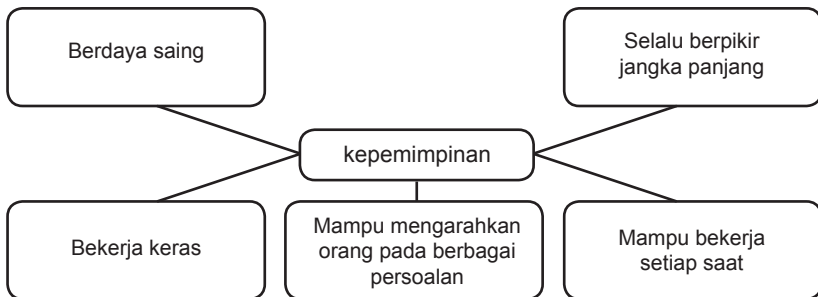
Faktor Spirit Kewirausahaan	Asmp.Sig.(2-tailed)	Kriteria
X2-1(Imajinasi)	0,014	Tidak normal
X2-2(kreativitas)	0,119	Normal
X2-3(kewaspadaan)	0,002	Tidak normal
X2-4(penemuan)	0,041	Tidak normal
X2-5(kepemimpinan)	0,163	Normal

Pengujian normalitas Faktor Spirit Kewirausahaan dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai K-S One Sample. 0,05 (5%), dua indikator, yaitu kreativitas (*creativity*) sebesar 0,119, dan kepemimpinan (*leadership*) sebesar 0.163. Unsur-unsur pembentuk indikator kreativitas, meliputi: memiliki daya pikir kreatif dalam bekerja (*having of power mind creative*), dapat menciptakan alternatif kerja, ketika pendapatan rendah (*creating of alternative at work, while a lower income*), dan dapat menyediakan beragam produk yang dibutuhkan konsumen (*preparing af variation product tha needs by consumers*). Ringkasan indikator pengukurannya dapat ditunjukkan pada Gambar 5.1a berikut ini.



Gambar 5.1a. konstruk kreativitas dengan tiga indikator

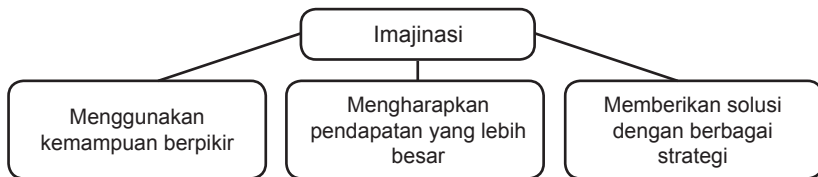
Unsur-unsur pembentuk kepemimpinan (*leadership*), yaitu: mampu membimbing ketika ada permasalahan antar warga (*directing among people while are many problems*), memiliki keunggulan bekerja (*having competitiveness at work*), kemampun bekerja setiap saat (*can be working at every time*), bekerja keras untuk mendapatkan hasil (*a hard work for income received*), selalu berpikir untuk masa depan dalam pekerjaan (*always thinking a future in work*). Ringkasan indikator pengukurannya dapat ditunjukkan pada dan 5.1b berikut ini.



Gambar 5.1b. konstruk kepemimpinan dengan lima indicator

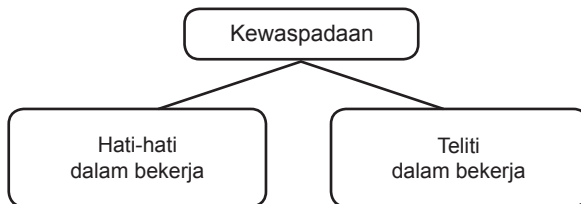
Indikator yang memiliki nilai $Asmp.Sig.(2\text{-tailed})$ kurang dari 0,05 (5%) tiga indikator adalah imajinasi (*imagination*) sebesar 0,014. Unsur-unsur pembentuk

imajinasi meliputi menggunakan daya pikir dalam pekerjaan, selalu mengharapkan hasil yang tinggi, memberikan solusi dalam pekerjaan. kewaspadaan (*prudential*) sebesar 0,002, dan penemuan (*inquiry*) sebesar 0.041. Ringkasan pengukurannya dapat ditunjukkan pada gambar 5.2c berikut ini.



Gambar 5.1c. Konstruk imajinasi dengan tiga indikator

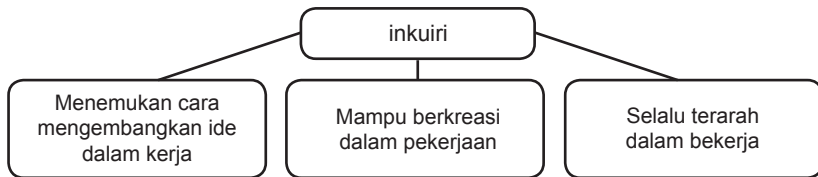
Indikator kewaspadaan (*prudential*) memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,002. Unsur pembentuk kewaspadaan meliputi: ketelitian dalam pekerjaan, sangat hati-hati dalam pekerjaan. Ringkasan pengukurannya dapat ditunjukkan pada gambar 5.1d berikut ini.



Gambar 5.1d. Konstruk kewaspadaan dalam bekerja

Indikator penemuan (*inquiry*) memiliki nilai Asmp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,041. Unsur pembentuk kewaspadaan meliputi: mampu menemukan cara mengembangkan ide dalam mempertahankan hidup (*able*

to find ways to develop ideas in sustaining life), mampu berkreasi dalam melakukan pekerjaan, (*being able to be creative in doing work*), selalu semangat dalam pekerjaan (*always passionate about work*). Ringkasan pengukurannya dapat ditunjukkan pada gambar 5.1e berikut ini.



Gambar 5.1e. Konstruk inkuiri dengan tiga indikator

Uraian pengukuran spirit kewirausahaan menunjukkan terdapat dua indikator yang memiliki nilai diatas standar normal, yaitu **kreativitas** dan **kepemimpinan**. Tiga indikator yang dipergunakan dalam pengukuran spirit kewirausahaan memiliki nilai dibawah standar, yaitu: imajination, kewaspadaan, dan penemuan.

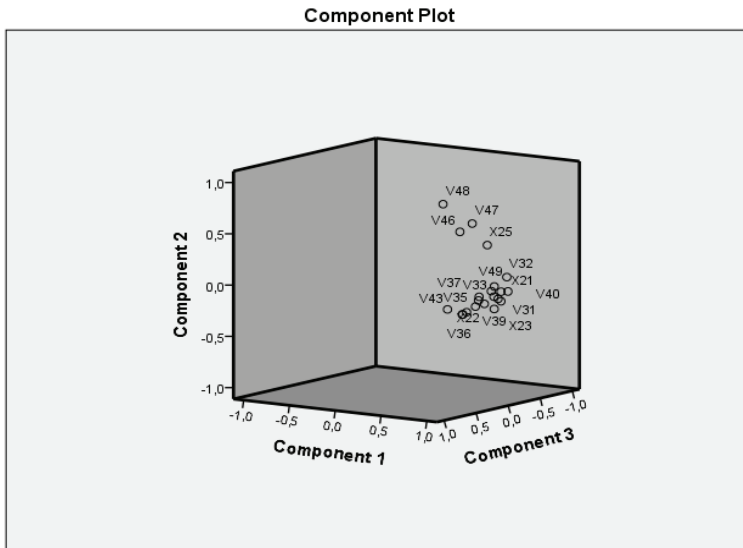
Pengujian Confirmatory Factor Analysis Spirit Kewirausahaan

Pengujian CFA untuk pembentukan faktor spirit kewirausahaan dengan menggunakan standar nilai pengujian analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Comunilities* ($>0,50$). Hasil pengujian dimensi-dimensi kompetensi bisnis, dengan menggunakan program IBM SPSS dapat ditunjukkan pada Tabel 6b.

Tabel 5.2. Hasil uji CFA Spirit Kewirausahaan

Faktor Spirit Kewirausahaan	KMO .>0,050	Loading factor >60%	Nilai communalities >0,50
X2-1(Imajinasi)	0,895	78,65%	0,804
X2-2(kreativitas)			0,823
X2-3(kewaspadaan)			0,825
X2-4(penemuan)			0,735
X2-5(kepemimpinan)			0,745

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukan konstruk spirit kewirausahaan sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor imajinansi, kreativitas, kewaspadaan, penemuan, dan kepemimpinan sebesar 78,65%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian spirit kewirausahaan dapat dibentuk oleh factor imajinansi, kreativitas, kewaspadaan, penemuan, dan kepemimpinan. Pembuktian spirit kewirausahaan sebagai konstruk variabel dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa spirit kewirausahaan memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.



Gambar 5.2 Component Plot sebaran data empiris sebagai pembentuk konstruk spirit kewirausahaan

Gambar diatas menunjukkan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersbut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya.

Sejalan dengan berbagai pandangan kewirausahaan setelah abad 20 berkembang dua konsep teori **“Jack of All Trades Theory”** (Lezear, 2005) dan **“()-Ring Theory”** (Fabels, 2004). Hasil pengujian teori pertama menunjukkan bahwa (1) setiap individu memiliki skill yang berbeda untuk menjadi entrepreneur; (2) individu yang menjadi entrepreneur memilih berinvestasi pada human capital, sehingga akhirnya menjadi spesialis. Hasil pengujian teori kedua menunjukkan bahwa (1) setiap individu

memiliki kemampuan berbeda (*different abilities*); kualitas kemampuannya ditentukan oleh tugas yang mampu dikerjakan dan menjadi tanggung jawabnya. Sejalan dengan hasil pengujian dua teori tersebut, konsep kewirausahaan sesungguhnya dimulai abad ke 19 yang diawali dari perkembangan ide Schumpeter.

Kewirausahaan adalah sebuah proses dimana setiap orang yang memiliki jiwa sebagai inovator dan mampu memperkenalkan produk baru, metode produksi, pasar potensial, menggali sumber daya potensial untuk membangun sebuah industri. Kewirausahaan juga sebuah proses untuk menunbuhkan imajinasi atau kreativitas, inovasi, kewaspadaan atau penemuan, kepemimpinan karismatik dan kognitif. Casson (2000) menyebutkan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk mengartikulasikan rencana, dengan seperangkat aturan, dan melibatkan orang lain. Wujud rencana tersebut “model mental “., dalam kepemimpinan kognitif Pengembangan indikator kompetensi sebagaimana dikutip oleh Tu (2006): meliputi kemampuan komunikasi: kemampuan melakukan perhitungan, kemampuan untuk belajar, kemampuan untuk belajar dalam manajemen waktu, pemecahan masalah, mencari informasi dan menerapkan; hubungan sosial , kreativitas, menyusun perencanaan, motivasi untuk berprestasi, dan kemampuan untuk menghargai budaya. Hasil kajian empiris dilakukan oleh Foss dan Klein (2004), kewirausahaan diukur dengan tiga indikator, yang meliputi: (a) keputusan harga pasar: (b) pengawasan perilaku pasar; (c) kekuatan pasar melalui *market transaction*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azemikhah, H. (2005). *The design of competency based learning resources for VET training packages using learner centred, work centred and attribute focused simulation strategies*. Paper presented at the Australian Vocational Education and Training Research Association Conference, 8th, Brisbane, 2005, Brisbane.
- Abolghasem Arabiun, Samaneh Pouyanfar, Ebrahim Sabermaash, Mohsen Yousefi, Shahabeddin Shams (2012). Synergetic Combination of Competitive Advantage and Customer Satisfaction; Introduction of A New Strategic Decision Making Tool (SEVO). *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(6)5679-5684, 2012.
- Anand,N., Gardner,H.K.and Morris,T. (2007), Knowledge-Based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms, *Academy of Management Journal*,Vol.50. No.2.pp.406-426
- Belsoy J, Korir J, Yego J (2012) Environmental Impacts of Tourism in Protected Areas *Journal of Environment and Earth Science*, 2: 64-73.
- Bayus, Barry L. (2010). Kano Model of Customer Satisfaction. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd. pp. 401-414.
- Bilgihan, A., & Wang, Y. (2011). How can Hospitality Organizations Create IT Induced Competitive Advantage? A Theoretical Framework. 16th

- Graduate Students Research Conference.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011) *Business research methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, B. (2012a) *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2012b). *Analisis data penelitian kualitatif: pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bhathacherjee, Anol. 2012. *Social Science Research: Principles Methods, and Practices*. University of South Florida. abhatt@usf.edu.
- Bernhard Schmiedinger, Klaus Valentin, Elisabeth Stephan Schmiedinger, B., Valentin, K., and Stephan, E., (2005) Competence based Business Development Organizational Competencies as Basis for Successful Companies. Proceedings of I-KNOW'05 Gran.Autria, Juni 29-July.
- Bruhn, M., Grund, M.A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028.
- Brueckner, Jan Keith, Largey, Ann G., 2006). *Sosial Interaction and Urban Sprawl* CESif.WP. No.1843. IER University of Munich.
- Chia, Siow Yue (2013). The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects. No. 440 October 2013, ADBI Working Paper Series, No.

440. October 2013,
- Chan-Seng Ooi (2006). Tourism and economic creative in Singapore. DEIM. Url::http//www.ooi.dk
- Chia, Siow Yue. (2013) The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, And Prospects, ADBI October, No.440
- Casson, Mark. 2000. Information and Organization. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, G. N., and E. Jansen, E. 1992. "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing* 7: 223-36.
- Cheng, J., Masser, I., 2003. Urban growth pattern modelling: a case study of Wuhan City, PR China. *Landscape Urban Plan.*62, 199-217.
- Cholisin, 2011. Pengembangan Karakeri melalui Pembelajaran Kewarganegaraan. Yogyakarta.
- Edward Glaeser, Matthew Kahn, and Chenghuan Chu, (2001) *Job Sprawl: Employment Location in U.S. Metropolitan Areas*, Center for Urban & Metropolitan Policy, The Brookings Institution, Washington, D.C., July 2001.
- Erpenbeck, Rosenstiel, 2003. Erpenbeck, John & Lutz von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003).Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis. Schäffer-Poeschel.
- Fabel, Oliver, (2004) Spinoffs of Entrepreneurial firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and*

- Theoretical Economic*. Vol.160: 416-438
- Foss N.J., dan Klein, P.G., (2004) "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm any Gains from trade, Handbook of Entrepreneurship: Dicipinary Perspektif. Austrian Schoolrs Conference." *Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3
- Fu Cai-Wu, Jiang Hai-quan, (2009) Function and Value Proposition Design of Cultural and Creative Industry in the Construction of Two-Oriented Society. Journal of China of GeSciences Edition 2009-4. CNKI.
- Hsiesh, Chih-Hao, Gugiahah,G., May,R., Hao-Ye, Deyle,E., Fogarty,M., Munch, Stepan, Detecting Causality in Complex Ecosystem. Vol.338. Science26 October 2012. www.sciencemag.org.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, N., Roche, G., Allen, R. (2007) Customer Satisfaction: The customer experience through the customer's eyes. Cogent Publishing Ltd. pp. 29-43, 226-250.
- International Labour Organization, (2006). Regional Model Compentecy Standard: Tourism Industry. Bangkok.-ISBN: 92-2-119308-X and 978-92-2-119308-1 (web-pdf)
- Jackson, Matthew O., (2014) Networks in the understanding of economic behaviors. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3.

BAB VI

SPIRIT KEWIRAUSAHAAN

6.1 Pengujian Jasa Penunjang Pariwisata

Pengujian normalitas Faktor Jasa Penunjang Pariwisata dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%), satu indikator, yaitu penyediaan fasilitas transportasi. Indikator yang memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) kurang dari 0,05 (5%) tiga indikator adalah tempat rekreasi, toko souvenir, pasar tradisional. Tabel 5.3a. berikut menunjukkan pengujian normalitas Jasa penunjangPariwisata denganK-SOneSample ditunjukkan pada Tabel 5.3.

Tabel 6.1 Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Jasa Penunjang Pariwisata

Faktor Jasa Penunjang Pariwisata	Asmp.Sig.(2-tailed)	Kriteria
X3-1(penyediaan faslitas transportasi)	0,397	Normal

X3-2(tempat rekreasi)	0.015	Tidak normal
X3-3(Toko Souvenir)	0,056	Tidak normal
X3-4 (pasar Tradisional)	0,063	Tidak normal

Pengujian Confirmatory Factor Analysis (CFA) Jasa Penunjang Pariwisata

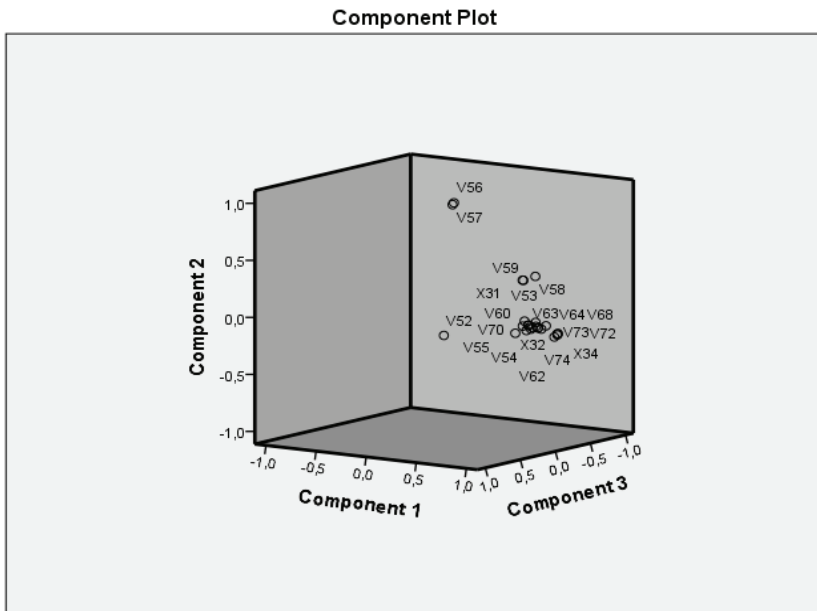
Pengujian CFA untuk pembentukan faktor jasa penunjang pariwisata dengan menggunakan standar nilai pengujian analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Comunilities* ($>0,50$). Hasil pengujian dimensi-dimensi Jasa Penunjang pariwisata, dengan menggunakan program IBM SPSS dapat ditunjukkan pada Tabel 5.6a.

Tabel 6.2 Pengujian CFA Jasa Penunjang Pariwisata

Faktor Jasa Penunjang Pariwisata	KMO .>0,050	Loading factor >60%	Nilai communalities >0,50
X3-1(penyediaan fasilitas transportasi)	0,8444	85,67%	0,809
X4-2(tempat rekreasi)			0,922
X3-3(toko souvenir)			0,885
X3-4(pasar tradisional)			0,811

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk spirit kewirausahaan sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor penyediaan fasilitas transportasi, tempat rekreasi, took souvenir, pasar tradisional sebesar 85,67%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian spirit

kewisausahaan dapat dibentuk oleh factor imajinansi, kreativitas, kewaspadaan, penemuan, dan kepemimpinan. Pembuktian spirit kewirausahaan sebagai konstruk variabel dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa spirit kewirausahaan memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.



**Gambar 6.2 Component Plot sebaran data empiris
Jasa Peunjang Pariwisata**

Gambar diatas menunjukan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersbut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya.

Perkembangan pariwisata yang pesat dibutuhkan dukungan partisipasi stakeholders, seperti pemerintah, masyarakat, kajian akademik, dan industri. Pariwisata bagian dari kegiatan perjalanan seseorang/individu untuk berekreasi/menikmati kesenangan. Wibowo (2008) mengungkapkan bahwa karakteristik khusus pembentuk pariwisata adalah perjalanan dilakukan sementara waktu, perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya, perjalanan dikaitkan dengan rekreasi. Jasa penunjang pariwisata ini merupakan pendukung bisnis pariwisata. Agar orang yang berekreasi tersebut menjadi betah, maka peran dan kualitas jasa penunjang sangat dibutuhkan. Jasa penunjang pariwisata juga menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi, karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Taskov,et al, 2011). Untuk meningkatkan kinerja bisnis pariwisata menjadi lebih baik, hubungan antara pembeli dan penjual hendak dijaga melalui pelayanan/penjualan jasa, komunikasi yang lebih baik pula (Sin,2002). Pelayanan jasa penunjang yang lebih baik akan dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi pada industri pariwisata. Kualitas jasa penunjang yang lebih baik dapat menciptakan wisatawan menjadi betah untuk menikmati daerah wisata yang ditujunya.

DAFTAR PUSTAKA

- The International Ecotourism Society. 2014. Online. <http://www.ecotourism.org>
- Alomari, Thabit. Motivation and Socio-Cultural Sustainability of Voluntourism. M.A. University of Lethbridge (Canada), 2012 Canada. Mihalic, T. (2016) Sustainable-responsible tourism discourse – towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461-470
- Tribunnews.com. (2016) *Tepat Jika Pemprov Bali Mengembangkan Desa-desa Wisata*. Diunduh pada tanggal 27 Mei 2016 dari <http://www.tribunnews.com/travel/2016/03/23/tepat-jikapemprov-bali-mengembangkan-desa-desa-wisata>
- Dangi, T. B. & Jamal, T. (2016) An integrated approach to “Sustainable Community-Based Tourism”. *Sustainability*, 8 (475), 1-32
- Zamfir, A. & Corbos, R. A. (2015) Towards sustainable tourism development in urban areas: case study on Bucarest as Tourist Destination. *Sustainability*, 7, 12709-12722
- Kompas.com (2016) *Kadis Pariwisata: Tiap Tahun Bali Dapat Penghargaan*. Diunduh pada tanggal 27 Mei dari <http://travel.kompas.com/read/2016/01/06/123400427/Kadis.Pariwisata.Tiap.Tahun.Bali.Dapat.Penghargaan>
- Artana, I. W. A. & Irwanti, N. K. D. (2013) Strategi

- pengembangan Desa Belimbing sebagai desa wisata di Kecamatan Pupuan, Tabanan – Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, 3 (2), 77-91
- Nalayani, N. N. A. H. (2016) Evaluasi dan strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung, Bali. *JUMPA*, 2 (2), 189-198
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016a) Statistik Pariwisata Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016b) Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Rajan, Brilliant, Vincy Mary Varghese, and Anakkathil Purushothaman Pradeepkumar. "Beach Carrying Capacity Analysis for Sustainable Tourism Development in the South West Coast of India." *Environmental Research, Engineering, and Management*, 2013. 1(63): 67-73.
- Cox, Rachel S. "Ecotourism." *CQ Researcher* 16.37 (2006): 865-88.
- Lindsay, Heather. "Ecotourism: the Promise and Perils of Environmentally-Oriented Travel." ProQuest. February 2003. Online.
- Li, Yiping. «Situated Learning, Responsible Tourism, and Global Peace.» *Peace Research* 30.4 (1998): 83-100.
- Moscardo, G. Building Community Capacity for Tourism

- Development. Wallingford, Oxon, GBR: CABI Publishing, 2008. . ebrary.
- West, Paige, James G. Carrier, 2004. Ecotourism and Authenticity: Getting Away from It All? *Current Anthropology*. 45(4): 483 – 498.
- Jones, Samantha. «Community-Based Ecotourism: The Significance of Social Capital.» *Annals of Tourism Research* 32.2 (2005): 303-24.
- Coria, Jessica, Enrique Calfucura. «Ecotourism and the Development of Indigenous Communities: the Good, the Bad, and the Ugly.» University of Gothenburg School of Business, Economics, and Law, 2011.
- Honey, Martha. *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* (2nd Edition). Washington DC, USA: Island Press, 2008. . ebrary.
- Pantea, Maria-Carmen. «Young People in Cross-National Volunteering: Perceptions of Unfairness.» *Journal of Social and Personal Relationships*. 30 (August 2013): 564-681.
- Kaiser, H.F. (1960). *“The application of electronic computers to factor analysis”*. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141-151. doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, I, 245-276.
- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate*

- Behavioral Research, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299. doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date=2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) from the original on 2013-10-21. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). "Determining the number of components from the matrix of partial correlations". *Psychometrika*. 41 (3): 321-327. doi:10.1007/bf02293557.
- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). "Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure". *Psychological Assessment*. 24 (2): 282-292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(8). Available online: "Archived copy". Archived from the original on 2015-03-17.

Retrieved 2014-06-08.

George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.

BAB VII

PARTISIPASI MASYARAKAT

7.1 Pengujian Normalitas Data Kuesioner Partisipasi Masyarakat

Pengujian normalitas Faktor Partisipasi Masyarakat dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%), tiga indikator, yaitu pola pikir, sumber daya fisik dan penyediaan fasilitas. Tabel 5.4a. berikut menunjukkan pengujian normalitas partisipasi masyarakat dengan K-S One Sample ditunjukkan pada Tabel 5.4.

Tabel 7.1 Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Partisipasi Masyarakat

Faktor Partisipasi Masyarakat	Asmp.Sig.(2-tailed)	Kriteria
Y1-1 (Pola Pikir)	0,108	Normal
Y1-2 (sumber daya fisik)	0,120	Normal
Y1-3 (penyediaan fasilitas)	0,248	Normal

Pengujian Confirmatory Factor Analysis (CFA) Partisipasi Masyarakat

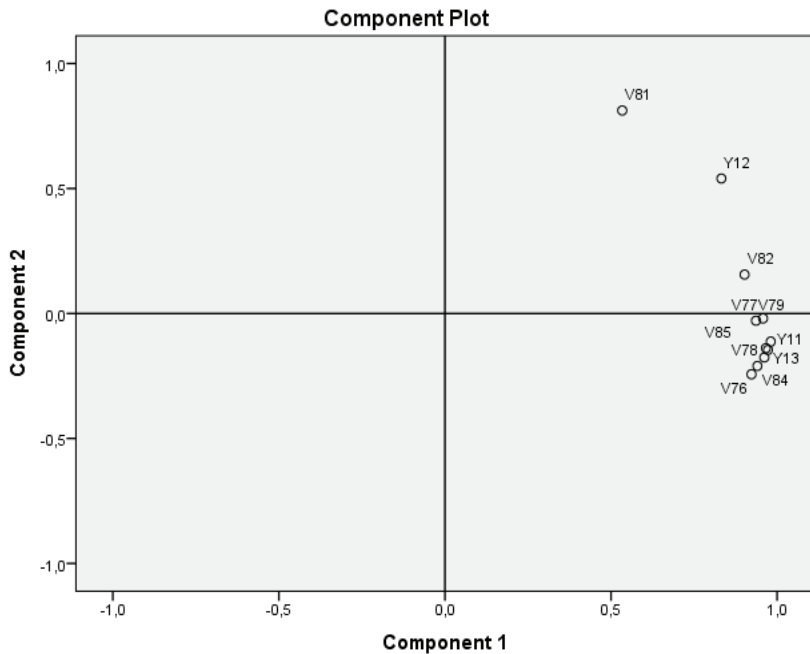
Pengujian CFA untuk pembentukan faktor partisipasi masyarakat dengan menggunakan standar nilai pengujian analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Comunilities* ($>0,50$). Hasil pengujian dimensi-dimensi partisipasi masyarakat, dengan menggunakan program IBM SPSS dapat ditunjukkan pada Tabel 5.6a.

Tabel 7.2 Hasil Uji CFA Partisipasi Masyarakat

Faktor Partisipasi Masyarakat	KMO .$>0,050$	Loading factor $>60\%$	Nilai communalities $>0,50$
Y1-1 (pola pikir)	0,695	86,51%	0,928
Y1-2 (sumber daya fisik)			0,761
Y1-3 (penyediaan fasilitas)			0,907

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk spirit kewirausahaan sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor pola pikir, sumber daya fisik, dan penyediaan fasilitas sebesar 86,51%. Nilai communalitas dari faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian partisipasi dapat dibentuk oleh factor pola pikir, sumber daya fisik, dan penyediaan fasilitas. Pembuktian spirit kewirausahaan sebagai konstruk variabel dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa spirit kewirausahaan memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data

empirisnya.



Gambar 7.2
Component Plot sebaran data empiris Partisipasi Masyarakat

Gambar diatas menunjukkan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersbut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya. Partisipasi masyarakat pada kegiatan kepariwisataan, seperti dituangkan dalam Undang-Unadang No.10 tahun 2009, Pasal 1 dinyatakan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat,

pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan sektor jasa yang inheren dengan kehidupan masyarakat modern. Tumpuan pariwisata sebagai kekuatan daya saing terletak pada sumber daya yang terolah dengan baik. Koentjaraningrat (1994) menyebutkan bahwa partisipasi masyarakat dapat diwujudkan pada perubahan pola pikir, kontribusi tenaga, dan material/benda. Sektor pariwisata berbasis partisipasi masyarakat sebagai kekuatan perekonomian nasional dapat dilihat dari penyediaan lapangan kerja, dan sumber pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, kualitas sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat perlu dimanfaatkan seefektif dan rasional menuju kemandirian ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- The International Ecotourism Society. 2014. Online. <http://www.ecotourism.org>
- Alomari, Thabit. Motivation and Socio-Cultural Sustainability of Voluntourism. M.A. University of Lethbridge (Canada), 2012 Canada. Mihalic, T. (2016) Sustainable-responsible tourism discourse – towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461-470
- Tribunnews.com. (2016) *Tepat Jika Pemprov Bali Mengembangkan Desa-desa Wisata*. Diunduh pada tanggal 27 Mei 2016 dari <http://www.tribunnews.com/travel/2016/03/23/tepat-jikapemprov-bali-mengembangkan-desa-desa-wisata>
- Dangi, T. B. & Jamal, T. (2016) An integrated approach to “Sustainable Community-Based Tourism”. *Sustainability*, 8 (475), 1-32
- Zamfir, A. & Corbos, R. A. (2015) Towards sustainable tourism development in urban areas: case study on Bucarest as Tourist Destination. *Sustainability*, 7, 12709-12722
- Kompas.com (2016) *Kadis Pariwisata: Tiap Tahun Bali Dapat Penghargaan*. Diunduh pada tanggal 27 Mei dari <http://travel.kompas.com/read/2016/01/06/123400427/Kadis.Pariwisata.Tiap.Tahun.Bali.Dapat.Penghargaan>
- Artana, I. W. A. & Irwanti, N. K. D. (2013) Strategi

- pengembangan Desa Belimbing sebagai desa wisata di Kecamatan Pupuan, Tabanan – Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, 3 (2), 77-91
- Nalayani, N. N. A. H. (2016) Evaluasi dan strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung, Bali. *JUMPA*, 2 (2), 189-198
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016a) Statistik Pariwisata Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016b) Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Rajan, Brilliant, Vincy Mary Varghese, and Anakkathil Purushothaman Pradeepkumar. "Beach Carrying Capacity Analysis for Sustainable Tourism Development in the South West Coast of India." *Environmental Research, Engineering, and Management*, 2013. 1(63): 67-73.
- Cox, Rachel S. "Ecotourism." *CQ Researcher* 16.37 (2006): 865-88.
- Lindsay, Heather. "Ecotourism: the Promise and Perils of Environmentally-Oriented Travel." ProQuest. February 2003. Online.
- Li, Yiping. «Situated Learning, Responsible Tourism, and Global Peace.» *Peace Research* 30.4 (1998): 83-100.
- Moscardo, G. Building Community Capacity for Tourism

- Development. Wallingford, Oxon, GBR: CABI Publishing, 2008. . ebrary.
- West, Paige, James G. Carrier, 2004. Ecotourism and Authenticity: Getting Away from It All? *Current Anthropology*. 45(4): 483 – 498.
- Jones, Samantha. «Community-Based Ecotourism: The Significance of Social Capital.» *Annals of Tourism Research* 32.2 (2005): 303-24.
- Coria, Jessica, Enrique Calfucura. «Ecotourism and the Development of Indigenous Communities: the Good, the Bad, and the Ugly.» University of Gothenburg School of Business, Economics, and Law, 2011.
- Honey, Martha. *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* (2nd Edition). Washington DC, USA: Island Press, 2008. . ebrary.
- Pantea, Maria-Carmen. «Young People in Cross-National Volunteering: Perceptions of Unfairness.» *Journal of Social and Personal Relationships*. 30 (August 2013): 564-681.
- Kaiser, H.F. (1960). *“The application of electronic computers to factor analysis”*. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141–151. doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, I, 245-276.
- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate*

- Behavioral Research, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299. doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date=2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) from the original on 2013-10-21. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). "Determining the number of components from the matrix of partial correlations". *Psychometrika*. 41 (3): 321-327. doi:10.1007/bf02293557.
- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). "Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure". *Psychological Assessment*. 24 (2): 282-292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(8). Available online: "Archived copy". Archived from the original on 2015-03-17.

Retrieved 2014-06-08.

George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.

BAB VIII

INDUSTRI KREATIF

8.1 Pengujian Industri Kreatif

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data kuesioner di lapangan dapat diuji dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%). Jika hasil pengujian data kuesioner di lapangan memiliki nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ melebihi 0,05 (5%) maka data kuesioner dapat dipergunakan pada penelitian lebih lanjut. Jika nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ kurang dari 0,05 (5%), maka data kuesioner tidak dapat dilanjutkan sebagai data dalam penelitian.

Pengujian normalitas Faktor Industri Kreatif dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%), satu indikator, yaitu kerajinan. Dua indikator memiliki nilai $\text{Asmp.Sig.}(2.\text{tailed})$ dibawah 0,05 (5%). Tabel 5.5. berikut menunjukkan pengujian normalitas Industri Kreatif dengan K-S One Sample.

Tabel 8.1
Pengujian Normalitas Data Kuesioner Faktor Industri Kreative

Faktor Industri Kreative	Asmp.Sig. (2-tailed)	Kriteria
Y2-1 (kuliner)	0,006	Tidak normal
Y2-2 (Fashion)	0,007	Tidak normal
Y2-3 (kerajinan)	0,166	Normal

Sumber: Data primer diolah

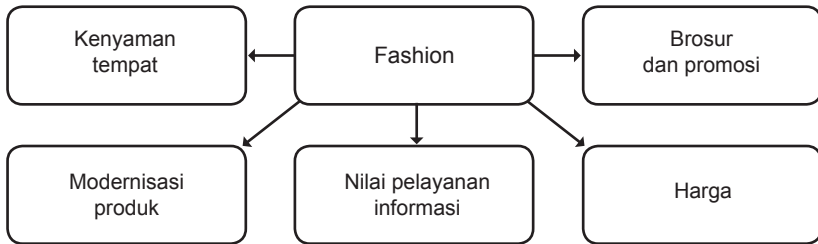
Indikator kuliner memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,006, memiliki standar nilai K-S lebih rendah dari 0,05.. Unsur pembentuk kuliner meliputi: kenyamanan konsumen, terampil dalam penggunaan alat, cepat tanggap dalam pelayanan informasi, modernisasi fasilitas, dan cepat pelayanan informasi. Hubungan antar indokator dapat ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 8.1a. Konstruk Kulinar dengan lima indikator

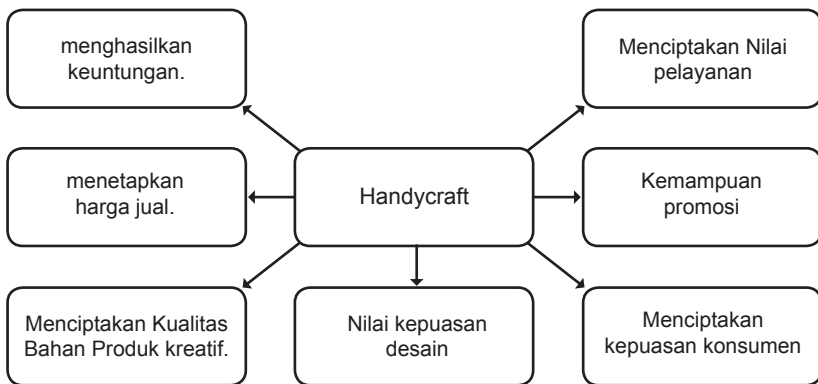
Indikator fashion memiliki nilai Asmp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,007, memiliki standar nilai K-S lebih rendah dari 0,05.. Unsur pembentuk fashion meliputi: kenyamanan tempat, modernisasi produk, nilai pelayanan informasi, harga, dan promosi (brosur). Hubungan antar indokator

dapat ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar8.1b. Konstruk Fashion dengan lima indicator

Indikator handycraft memiliki nilai Asmp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,166, memiliki standar nilai K-S lebih tinggi dari 0,05.. Unsur pembentuk kuliner meliputi: menciptakan Kualitas Bahan Produk kreatif. Nilai kepuasan mendesain, menciptakan kepuasan konsumen, kemampuan promosi, menciptakan nilai (strategi pelayanan), menetapkan harga jual, dan menghasilkan keuntungan. Hubungan antar indokator dapat ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 8.1c. Konstruk Handycraft dengan tujuh indikator

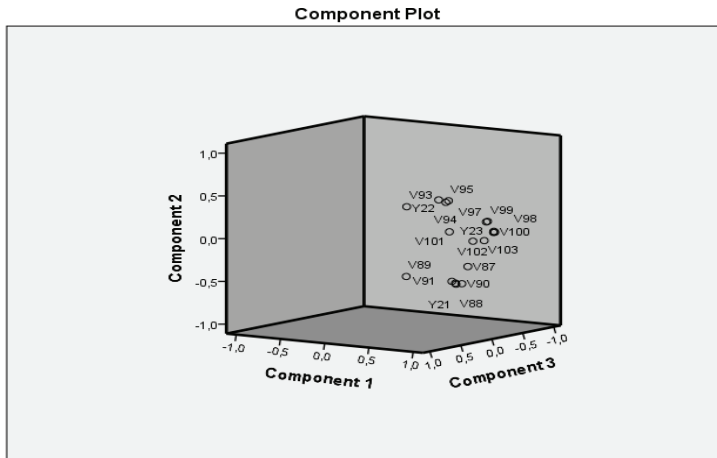
8.2 Pengujian Confirmatory Factor Analysis Industri Kreatif

Pengujian CFA untuk pembentukan faktor industri kreatif dengan menggunakan standar nilai pengujian analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Communalities* ($>0,50$). Hasil pengujian dimensi-dimensi kompetensi bisnis, dengan menggunakan program IBM SPSS dapat ditunjukkan pada Tabel 8.2

Tabel 8.2 Hasil Uji CFA Industri Kreatif

Faktor Industri Kreatif	KMO >0,050	Loading factor >60%	Nilai communalities >0,50
Y2-1 (kuliner)	0,661	75,63%	0,863
Y2-2 (Fashion)			0,818
Y2-3 (kerajinan)			0,924

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk industry kreatif sebagai variabel dapat dijelaskan oleh fator kuliner, fashion dan kerajinan sebesar 75,63%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian industry kreatif dapat dibentuk oleh factor kuliner, fashion , dan kerajinan. Peembuktian industry kreatif sebagai konstruk variable dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa industry kreatif memiliki daya dianggap sebagai variable ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.



Gambar 8.2a
Component Plot Sebaran data empiris konstruk industri kreatif

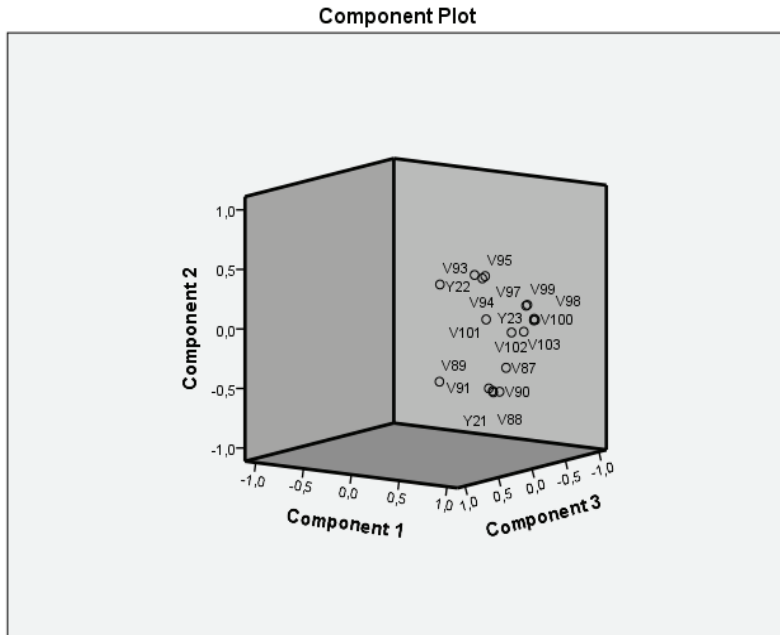
Gambar diatas menunjukkan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersbut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya.

Industri pariwisata yang menawarkan berbagai aktivitas juga merupakan sumber berkembangnya ekonomi kreatif/ industri kreatif. Indusstri kreatif adalah perubahan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi . Industri kreatif terjadi melalui perubahan kreasi budaya dengan memanfaatkan teknologi.(Li Wu dan Wang,2006).

Pada era industri kreatif, akan muncul era baru, struktur ekonomi, struktur manajemen sosial pada perkotaan. Li Yu dan Feng (2008) menyebutkan era kreatif di Asia Timur (Cina) diukur dari terjadinya perubahan

menyeluruh pada budaya, pengetahuan dan teknologi. Industri kreatif dapat dilihat dari pemanfaatan ruang/wilayah/sumber daya yang ada, sehingga dapat berkembang dan meningkatkan nilai ekonomi. Element/unsur terbentuknya industri kreatif ditunjukkan oleh sistem manajemen sosial pada masyarakat yang menjadi lebih baik (*well being*). Fu-Cai dan Jiang (2010) pada era kreatif akan terjadi harmonisasi sosial, budaya dan industri, sehingga setiap ide yang dimiliki individu secara operasional akan transfer oleh teknologi menjadi produk industri kreatif.

Dalam statistik, *exploratory data analysis* (EDA) adalah pendekatan untuk menganalisis set data untuk merangkum karakteristik utama mereka, seringkali dengan metode visual. Model statistik dapat digunakan atau tidak, tetapi terutama EDA adalah untuk melihat apa yang dapat disampaikan oleh data di luar pemodelan formal atau tugas pengujian hipotesis. Analisis data eksplorasi dipromosikan oleh John Tukey untuk mendorong ahli statistik untuk mengeksplorasi data, dan mungkin merumuskan hipotesis yang dapat mengarah pada pengumpulan dan eksperimen data baru. EDA berbeda dari analisis data awal (IDA), yang berfokus lebih sempit pada memeriksa asumsi yang diperlukan untuk pemasangan model dan pengujian hipotesis, dan menangani nilai yang hilang dan membuat transformasi variabel sesuai kebutuhan. EDA (*Exploratory Data Aanalysis*) mencakup IDA (*Initial data analysis*)



Gambar 8.2b
Component Plot data survey Industri Kreatif

Plot adalah teknik grafis untuk mewakili set data, biasanya sebagai grafik yang menunjukkan hubungan antara dua atau lebih variabel. Plot dapat ditarik dengan tangan atau oleh plotter mekanik atau elektronik. Grafik adalah representasi visual dari hubungan antar variabel, yang sangat berguna bagi manusia yang kemudian dapat dengan cepat memperoleh pemahaman yang mungkin tidak berasal dari daftar nilai. Grafik juga dapat digunakan untuk membaca nilai dari variabel yang tidak diketahui yang diplot sebagai fungsi dari variabel yang dikenal.

Grafik fungsi digunakan dalam matematika, sains, teknik, teknologi, keuangan, dan bidang lainnya.

PCA sebagian besar digunakan sebagai alat dalam analisis data eksplorasi dan untuk membuat model prediksi. PCA dapat dilakukan dengan dekomposisi nilai eigen dari matriks kovarians data (atau korelasi) atau dekomposisi nilai singular dari matriks data, biasanya setelah langkah normalisasi data awal. Normalisasi setiap atribut terdiri dari pemusatan rata-rata - mengurangi setiap nilai data dari rata-rata variabel yang diukur, sehingga rata-rata empirisnya (rata-rata) adalah nol, atau dengan menormalkan setiap varians variabel agar sama dengan 1. Hasil PCA biasanya dibahas dalam hal skor komponen, kadang-kadang disebut skor faktor (nilai variabel yang ditransformasikan sesuai dengan titik data tertentu), dan beban (bobot di mana setiap variabel asli standar harus dikalikan untuk mendapatkan skor komponen). Jika skor komponen distandarisasi untuk varians unit, berisi varians data di dalamnya maka angka tersebut adalah besarnya nilai eigen). Jika skor komponen tidak distandarisasi (karena itu mengandung varians data) maka pemuatan harus berskala-unit, ("dinormalisasi") dan bobot ini disebut vektor eigen; mereka adalah cosinus dari rotasi orthogonal variabel menjadi komponen utama.

Dalam teori dan statistik probabilitas, distribusi normal multivariat, distribusi Gaussian multivariat, atau distribusi normal bersama adalah generalisasi dari distribusi normal satu dimensi (univariat) ke dimensi yang lebih tinggi. Salah satu definisi adalah bahwa vektor acak dikatakan sebagai k-variate terdistribusi normal, jika

setiap kombinasi linier dari komponen k -nya memiliki distribusi normal univariat. Distribusi normal multivariat sering digunakan untuk menggambarkan, setidaknya kira-kira, setiap set (mungkin) variabel acak bernilai nyata yang masing-masing berkerumun di sekitar kelompok nilai rata-rata seperti ditunjukkan pada Gambar 9.

Industri kreatif sebagai bagian dari aktivitas ekonomi terutama berkaitan dengan pemanfaatan pengetahuan dan informasi. Beberapa pendapat mengungkapkan industry kreatif sebagai industry budaya (Hesmondhagh, 2002), juga dipandang sebagai ekonomi kreatif (Howkins, 2001). Industry kreatif di Amerika Latin dan Caribbean dipandang sebagai Orange Economy (Buitrago & Dugue, 2013). Beberapa ahli menganggap industry kreatif sebagai pertukaran uang dalam ukuran hak intelektual. (Lash & Urry, 1994). Industri kreatif juga dipandang dari beberapa aspek, yaitu: *lifestyle business*, *non-profit*, *larger businesses*. Konsep industri kreatif di Hongkong focus value chain pada tahapan produksi dan distribusi. The Inter-America Development Bank ditegaskan sebagai orange economy diartikan sebagai transformasi ide ke dalam barang budaya dan jasa (*cultural goods and services*) yang ditentukan oleh nilai dan *intellectual property*. Industri kreatif berkontribusi terhadap GDP di Eropa sebesar 3%, sedangkan di Indonesia sebesar 11% (BPS, 2015). Pandangan berbagai Negara melihat industry kreatif beraneka ragam, namun secara umum industry kreatif dikaitkan dengan: (1) *a new knowledge economy*; (2) *capable perhaps of delivering urban regeneration*; (3) *exploitation of cultural heritage* untuk meningkatkan tourism.

DAFTAR PUSTAKA

- Akkermans, J., & Tims, M. (2017). Crafting your Career: How Career Competencies Relate to Career Success via Job Crafting. *Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1111/apps.12082>
- Barnes, J., & Liao, Y. (2012). The effect of individual, network, and collaborative competencies on the supply chain management system. In *International Journal of Production Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.07.010>
- Beugelsdijk, S. (2010). Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth. In *Entrepreneurship and Culture*. https://doi.org/10.1007/978-3-540-87910-7_7
- Campion, M. A., Fink, A. A., Ruggeberg, B. J., Carr, L., Phillips, G. M., & Odman, R. B. (2011). Doing competencies well: Best practices in competency modeling. *Personnel Psychology*. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2010.01207.x>
- Cardy, R. L., & Selvarajan, T. T. (2006). Competencies: Alternative frameworks for competitive advantage. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2005.09.004>
- Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2010). The anatomy of the creative city. *Industry and Innovation*. <https://doi.org/10.1080/13662710903573869>
- Cunningham, S. (2018). From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy

- Implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*. <https://doi.org/10.1177/1329878x0210200107>
- Djordjevic-Boljanovic, J., & Stankovic, J. (2013). The role of knowledge management in building client relationships. *Singidunum Journal of Applied Sciences*. <https://doi.org/10.5937/sjas1201016d>
- Emmerling, R., Emmerling, R. J., & Boyatzis, R. E. (2012). Emotional and social intelligence competencies: Cross cultural implications. *Cross Cultural Management: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/13527601211195592>
- Gümüşay, A. A., & Bohné, T. M. (2018). Individual and organizational inhibitors to the development of entrepreneurial competencies in universities. *Research Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.11.008>
- Hazlina Ahmad, N., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment?: A study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. <https://doi.org/10.1108/13552551011042780>
- Jena, S., & Sahoo, C. K. (2014). Improving managerial performance: A study on entrepreneurial and leadership competencies. *Industrial and Commercial Training*. <https://doi.org/10.1108/ICT-10-2013-0066>
- Khilukh, O. A. (2018). Paired comparison analysis in the

- evaluation of managers competence in corporate governance. *Marketing and Management of Innovations*. <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-19>
- Lange, B., Kalandides, A., Stöber, B., & Mieg, H. A. (2008). Berlin's creative industries: Governing creativity? *Industry and Innovation*. <https://doi.org/10.1080/13662710802373981>
- Luu, T. T. (2019). CSR and Customer Value Co-creation Behavior: The Moderation Mechanisms of Servant Leadership and Relationship Marketing Orientation. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3493-7>
- Nová, J. (2015). Developing the Entrepreneurial Competencies of Sport Management Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1134>
- Prahalad, C. K. (2017). The Role of Core Competencies in the Corporation. *Research-Technology Management*. <https://doi.org/10.1080/08956308.1993.11670940>
- Ruthes, R. M., & Cunha, I. C. (2009). Competencies of the nurse in the management of cognitive and capital knowledge | Competências do enfermeiro na gestão do conhecimento e capital intelectual. *Revista Brasileira de Enfermagem*.
- Sanchez, J. I., & Levine, E. L. (2012). *The Rise and Fall of Job Analysis and the Future of Work Analysis*. SSRN. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100401>

- Succar, B., Sher, W., & Williams, A. (2013). An integrated approach to BIM competency assessment, acquisition and application. *Automation in Construction*. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2013.05.016>
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of “creative experience” in creative tourism. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial Competencies and SMEs Business Success: The Contingent Role of External Integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p50>
- Trivellas, P., Akrivouli, Z., Tsifora, E., & Tsoutsas, P. (2015). The Impact of Knowledge Sharing Culture on Job Satisfaction in Accounting Firms. The Mediating Effect of General Competencies. *Procedia Economics and Finance*. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00025-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00025-8)
- Trivellas, P., Akrivouli, Z., Tsifora, E., & Tsoutsas, P. (2015). *The Impact of Knowledge Sharing Culture on Job Satisfaction in Accounting Firms. The Mediating Effect of General Competencies*. *Procedia Economics and Finance*, 19, 238–247. doi:10.1016/s2212-5671(15)00025-8
- Wesselink, R., Blok, V., Van Leur, S., Lans, T., & Dentoni, D. (2015). Individual competencies for managers engaged in corporate sustainable management practices. In *Journal of Cleaner Production*.

- <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.10.093>
- Wesselink, R., Blok, V., van Leur, S., Lans, T., & Dentoni, D. (2015). *Individual competencies for managers engaged in corporate sustainable management practices. Journal of Cleaner Production*, 106, 497–506. doi:10.1016/j.jclepro.2014.10.093
- Williams, C., & Nadin, S. (2013). *Entrepreneurship and the Informal Economy: An Overview*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2290544>
- Zhang, F., Zuo, J., & Zillante, G. (2013). Identification and evaluation of the key social competencies for Chinese construction project managers. *International Journal of Project Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2012.10.011>
- Zheng, J., & Chan, R. (2014). The impact of “creative industry clusters” on cultural and creative industry development in Shanghai. *City, Culture and Society*. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.08.001>
- Zheng, J., & Chan, R. (2014). *The impact of “creative industry clusters” on cultural and creative industry development in Shanghai. City, Culture and Society*, 5(1), 9–22. doi:10.1016/j.ccs.2013.08.001
- Kaiser, H.F. (1960). “The application of electronic computers to factor analysis”. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141–151. doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, I, 245-276.

- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate Behavioral Research*, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299. doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date =2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) *from the original on 2013-10-21*. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). "Determining the number of components from the matrix of partial correlations". *Psychometrika*. 41 (3): 321-327. doi:10.1007/bf02293557.
- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). "Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure". *Psychological Assessment*. 24 (2): 282-292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*,

18(8). Available online: "Archived copy".
Archived from the original on 2015-03-17.
Retrieved 2014-06-08.

George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). *Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions*. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.

Cattell, Raymond B. (1966). "The Scree Test For The Number Of Factors". *Multivariate Behavioral Research*. 1 (2):245–276.doi:10.1207/s15327906mbr0102_10.

Alex Dmitrienko; Christy Chuang-Stein; Ralph B. D'Agostino (2007). *Pharmaceutical Statistics Using SAS: A Practical Guide*. SAS Institute. p. 380. ISBN 978-1-59994-357-2.

Geoffrey R. Norman; David L. Streiner (15 September 2007). *Biostatistics: The Bare Essentials*. PMPH-USA. p. 201. ISBN 978-1-55009-400-8.

BAB IX

ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI (*CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS*)

9.1 Pengujian *Confirmatory Factor Analysis* dimensi Pengukuran

Confirmatory factor analysis dilakukan untuk operasionalisasi variabel penelitian menjadi indikator-indikator terukur. Tujuan confirmatory adalah untuk mengetahui indikator-indikator penelitian secara unidimensional, tepat dan konsisten, indikator-indikator penelitian yang dapat membentuk konstruk penelitian. Teknik CFA yang dapat digunakan adalah teknik analisis faktor yang sering disebut *Dimension Reduction Factor*. *Dimension reduction factor* adalah bertujuan untuk mereduksi data. Analisis faktor dapat dipandang sebagai teknik untuk mengidentifikasi kelompok/gugusan suatu variabel dimana variabel dalam setiap kelompok/gugus lebih tinggi daripada korelasi variabel kelompok lainnya. Konfirmatori variabel penelitian yang akan diuji dengan teknik analisis faktor adalah kompetensi bisnis, spirit

kewirausahaan, jasa penunjang pariwisata, partisipasi masyarakat, dan industri kreatif. Pengujian CFA untuk pembentukan faktor kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan, jasa penunjang pariwisata, partisipasi masyarakat, dan industri kreative dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis*. Standar nilai pengujian dengan analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Communalities* ($>0,50$). Hasil pengujiannya dapat ditunjukkan Tabel 9.1

Tabel 9.1 Pengujian Faktor Kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan, dan industri kreative dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Faktor Kompetensi Bisnis	KMO .$>0,050$	Loading factor $>60\%$	Nilai communalities $>0,50$
X1-1 (kompetensi kognitif)	0,771	80,24%	0,870
X1-2 (kompetensi organisasional)			0,769
X1-3 (kompetensi sosial)			0,792
X1-4 (Kompetensi individu)			0,807
X1-5 (kompetensi kerja)			0,779
Faktor Spirit Kewirausahaan	KMO .$>0,050$	Loading factor $>60\%$	Nilai communalities $>0,50$
X2-1 (Imajinasi)	0,895	78,65%	0,804
X2-2(kreativitas)			0,823
X2-3(kewaspadaan)			0,825
X2-4(penemuan)			0,735
X2-5(kepemimpinan)			0,745

Faktor Industri Kreatif	KMO >0,050	Loading factor >60%	Nilai communalities >0,50
Y2-1 (kuliner)	0,661	75,63%	0,863
Y2-2 (Fashion)			0,818
Y2-3 (kerajinan)			0,924

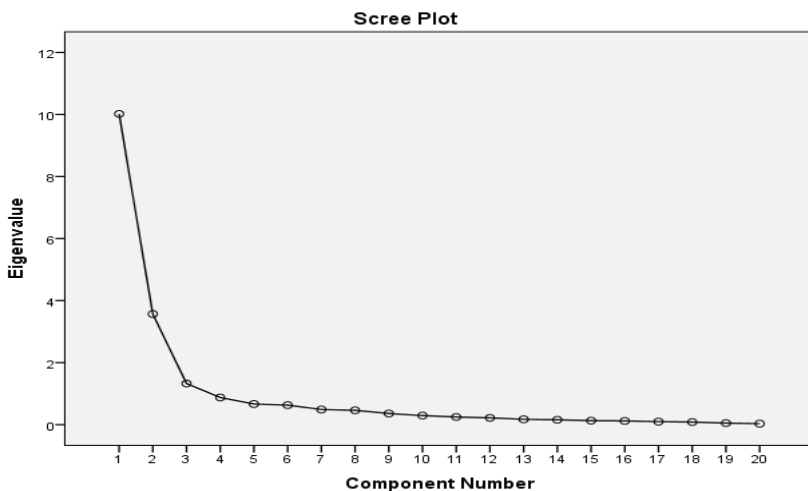
Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk kompetensi bisnis sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor kognitif, social, organisasional, individu, dan kerja sebesar 80,24%. Nilai communalitas dari faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian kompetensi bisnis dapat dibentuk oleh faktor kognitif, social, organisasional, individu, dan kerja. Pembuktian kompetensi bisnis sebagai konstruk variabel dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa kompetensi bisnis memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk spirit kewirausahaan sebagai variable dapat dijelaskan oleh faktor imajinansi, kreativitas, kewaspadaan, penemuan, dan kepemimpinan sebesar 78,65%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian spirit kewisausahaan dapat dibentuk oleh factor imajinansi, kreativitas, kewaspadaan, penemuan, dan kepemimpinan. Pembuktian spirit kewirausahaan sebagai konstruk variabel dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya.

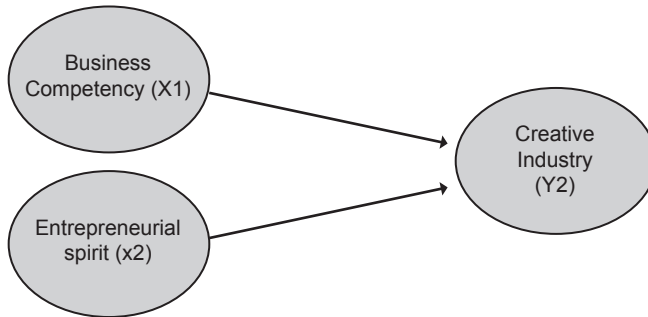
Sebagai pembuktian lainnya bahwa spirit kewirausahaan memiliki daya dan dianggap sebagai konstruk variabel ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.

Berdasarkan hasil uji CFA pada Tabel diatas ditunjukkan konstruk industry kreatif sebagai variable dapat dijelaskan oleh fator kuliner, fashion dan kerajinan sebesar 75,63%. Nilai communalitas dari factor-faktor tersebut melebihi nilai 0,50. Dengan demikian industry kreatif dapat dibentuk oleh factor kuliner, fashion , dan kerajinan. Peembuktian industry kreatif sebagai konstruk variable dapat dilanjutkan dalam pengujian berikutnya. Sebagai pembuktian lainnya bahwa industry kreatif memiliki daya dianggap sebagai variable ditunjukkan pada Gambar component Plot sebaran data empirisnya.



Gambar 9.1a. Scree Plot sebaran data empiris konstruk kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan dan industry kreatif

Gambar 9.1a menunjukkan sebaran data empiris terkelompok pada satu kuadran. Hal ini berarti bahwa data tersebut memiliki keakuratan normal, sehingga data tersebut dapat digunakan dalam penelitian berikutnya. Konstruk model yang dapat dihasilkan dari hasil pengukuran variable dapat ditunjukkan pada Gambar 8b berikut ini.



Gambar 9.1b. Konstruk Model dari Hasil Pengukuran

9.2 Implikasi kompetensi bisnis, entrepreneurship, industri kreatif

Sejalan dengan hasil kajian riset bahwa kompetensi bisnis merupakan kemampuan yang dibutuhkan oleh setiap orang dalam melakukan suatu usaha. Siriwaiprapan (2000) ; Hsieh, et.al, 2012 menyatakan bahwa terdapat lima domain yang diperlukan untuk mengembangkan kompetensi sumber daya manusia. Lima domain tersebut adalah *Organisational Competency: Social Competency : Cognitif Competency: Self Competency: Job Competency*. Pada abad modern sebagai era kembalinya setiap insan manusia

terhadap peran penting pengetahuan (Azemikhah, 2005). Perubahan global yang menganggap pentingnya kompetensi berbasis latihan (magang) munculnya sejumlah konsep kompetensi yang baru (Mansfield, 2004). Schmiedinger, et. al (2005) menyatakan kompetensi manusia merupakan kombinasi dari pengetahuan (eksplisit dan implisit), kemampuan dan keterampilan dipengaruhi oleh kebutuhan, motif, tujuan pribadi, nilai-nilai, standar dan sikap. Beberapa hasil penelitian menekankan bahwa ada hubungan yang signifikan kompetensi secara umum pada tingkat global.

Beberapa bukti menunjukkan bahwa kompetensi berkaitan dengan *disciplinespecific* dan *generic knowledge competencies*. Konsep Kompetensi dan kompetensi berbasis pelatihan *diungkapkan oleh* (Schofield dan McDonald R., 2004). Implikasi kompetensi dalam kehidupan berbisnis didasarkan pada konsep Siriwaiprapan (2000). Pengembangan kompetensi menjadi kompetensi bisnis didasarkan pada beberapa derivasi konsep kompetensi. Beberapa ahli manajemen menyatakan bahwa kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan/skill, pengembangan kompetensi bisnis agar lebih efektif, maka seseorang harus mampu untuk menunjukkan hasil pekerjaan dengan kualifikasi/ atribut pribadinya.

Proses pengembangan kompetensi secara praktis dilihat dari beberapa pengalaman yang dilakukan secara berulang dengan menggunakan konsep sederhana., Transposisi kompetensi bisnis digunakan untuk pemecahan masalah yang sangat kompleks dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan untuk

pembelajaran. Kompetensi berorientasi bisnis diperoleh melalui pembelajaran, pengalaman, skill, dan profesionalisme semakin meningkat sampai terbentuk kemandirian. Stefan (2008), level kompetensi dalam proses bisnis dapat disusun dengan kriteria kebutuhan minimum yang diukur dari **“ketidapuasan sampai dengan ukuran kepuasan paling baik”**.

Sejalan dengan berbagai pandangan kewirausahaan setelah abad 20 berkembang dua konsep teori **“Jack of All Trades Theory”** (Lezear, 2005) dan **“(O)-Ring Theory”** (Fabels, 2004). Hasil pengujian teori pertama menunjukkan bahwa (1) setiap individu memiliki skill yang berbeda untuk menjadi entrepreneur; (2) individu yang menjadi entrepreneur memilih berinvestasi pada human capital, sehingga akhirnya menjadi spesialis. Hasil pengujian teori kedua menunjukkan bahwa (1) setiap individu memiliki kemampuan berbeda (*different abilities*); kualitas kemampuannya ditentukan oleh tugas yang mampu dikerjakan dan menjadi tanggung jawabnya. Sejalan dengan hasil pengujian dua teori tersebut, konsep kewirausahaan sesungguhnya dimulai abad ke 19 yang diawali dari perkembangan ide Schumpeter.

Kewirausahaan adalah sebuah proses dimana setiap orang yang memiliki jiwa sebagai inovator dan mampu memperkenalkan produk baru, metode produksi, pasar potensial, menggali sumber daya potensial untuk membangun sebuah industri. Kewirausahaan juga sebuah proses untuk menumbuhkan imajinasi atau kreativitas, inovasi, kewaspadaan atau penemuan, kepemimpinan karismatik dan kognitif. Casson (2000) menyebutkan

kewirausahaan sebagai kemampuan untuk mengartikulasikan rencana, dengan seperangkat aturan, dan melibatkan orang lain. Wujud rencana tersebut “ model mental “., dalam kepemimpinan kognitif Pengembangan indikator kompetensi sebagaimana dikutip oleh Tu (2006): meliputi kemampuan komunikasi: kemampuan melakukan perhitungan, kemampuan untuk belajar, kemampuan untuk belajar dalam manajemen waktu, pemecahan masalah, mencari informasi dan menerapkan; hubungan sosial , kreativitas, menyusun perencanaan, motivasi untuk berprestasi, dan kemampuan untuk menghargai budaya. Hasil kajian empiris dilakukan oleh Foss dan Klein (2004), kewirausahaan diukur dengan tiga indikator, yang meliputi: (a) keputusan harga pasar: (b) pengawasan perilaku pasar; (c) kekuatan pasar melalui *market transaction*.

Industri pariwisata yang menawarkan berbagai aktivitas juga merupakan sumber berkembangnya ekonomi kreatif/industri kreatif. Industri kreatif adalah perubahan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi . Industri kreatif terjadi melalui perubahan kreasi budaya dengan memanfaatkan teknologi.(Li Wu dan Wang,2006).

Pada era industri kreatif, akan muncul era baru, struktur ekonomi, struktur manajemen sosial pada perkotaan. Li Yu dan Feng (2008) menyebutkan era kreatif di Asia Timur (Cina) diukur dari terjadinya perubahan menyeluruh pada budaya, pengetahuan dan teknologi. Industri kreatif dapat dilihat dari pemanfaatan ruang/ wilayah/sumber daya yang ada, sehingga dapat

berkembang dan meningkatkan nilai ekonomi. Element/ unsur terbentuknya industri kreatif ditunjukkan oleh sistem manajemen sosial pada masyarakat yang menjadi lebih baik (*well being*). Fu-Cai dan Jiang (2010) pada era kreatif akan terjadi harmonisasi sosial, budaya dan industri, sehingga setiap ide yang dimiliki individu secara operasional akan transfer oleh teknologi menjadi produk industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaiser, H.F. (1960). *"The application of electronic computers to factor analysis"*. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141-151. doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1, 245-276.
- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate Behavioral Research*, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299. doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date=2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) from the original on 2013-10-21. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). *"Determining the number of components from the matrix of partial correlations"*. *Psychometrika*. 41 (3): 321-327. doi:10.1007/bf02293557.

- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). "Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure". *Psychological Assessment*. 24 (2): 282–292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(8). Available online: "Archived copy". Archived from the original on 2015-03-17. Retrieved 2014-06-08.
- George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). *Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions*. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.
- Cattell, Raymond B. (1966). "The Scree Test For The Number Of Factors". *Multivariate Behavioral Research*. 1 (2):245–276. doi:10.1207/s15327906mbr0102_10.
- Alex Dmitrienko; Christy Chuang-Stein; Ralph B. D'Agostino (2007). *Pharmaceutical Statistics Using SAS: A Practical Guide*. SAS Institute. p. 380. ISBN 978-1-59994-357-2.
- Geoffrey R. Norman; David L. Streiner (15 September 2007). *Biostatistics: The Bare Essentials*. PMPH-USA. p. 201. ISBN 978-1-55009-400-8.

BAB X

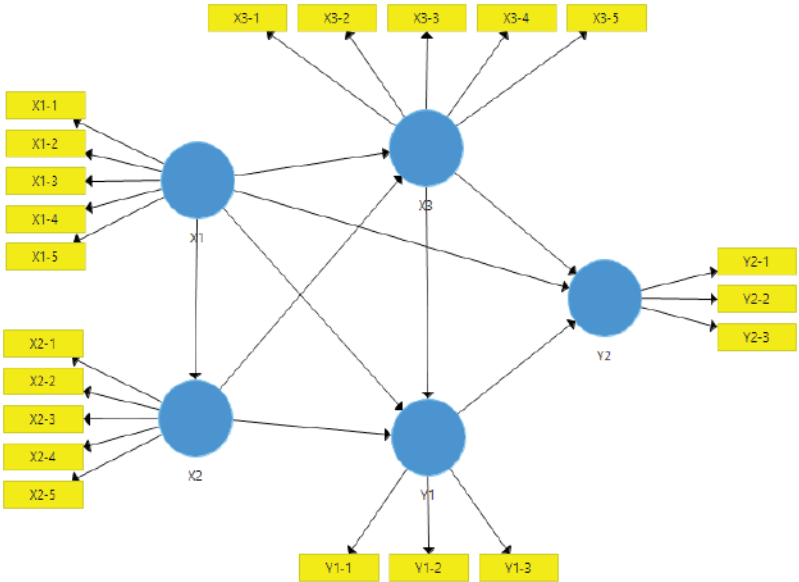
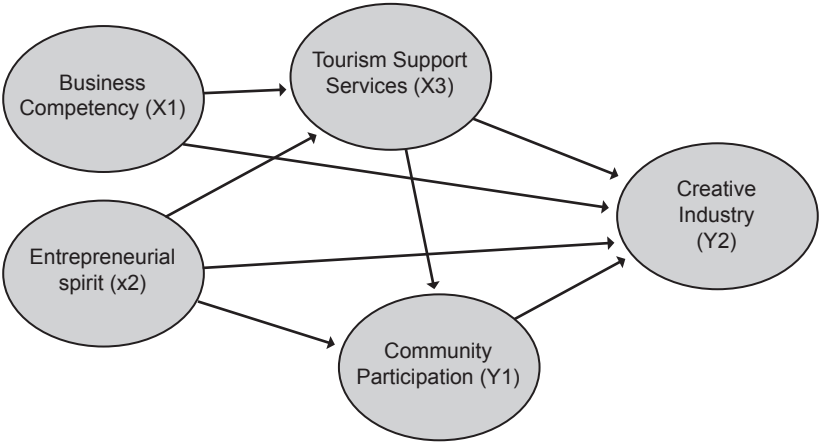
PENGUJIAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING –PARTIAL LEAST SQUARE*

Dimensi pengukuran indikator variabel sebelumnya telah diuji dengan factorial. Hasil uji factor dilanjutkan dengan pengujian SEM-PLS. Seperti halnya pendapat beberapa ahli statistic bahwa pemodelan SEM-PLS dapat dikaji dari dua sisi, yaitu:

- (1) Pemodelan pada Struktur Inner (Inner Structural Model), yaitu model structural yang menghubungkan antara bagian laten.
- (2) Pemodelan pada pengukuran (Outer Structural Modeliing), yaitu model pengukuran (indicator) yang menghubungkan dengan variable latennya.

Berdasarkan dua pemodelan diatas, pemodelan gabungan antara inner structural modeling dan outer structural modeling dapat disajikan pada Gambar 10.1

**KOMPETENSI BISNIS DAN SPIRIT KEWIRAUSAHAAN:
Dimensi dan Pengukuran Faktorial**



Gambar.10.1.
Pemodelan Struktur inner dan outer (*Inner Structural Modeling and Outer
Structural Modeling*)

10.1 Pengujian Multivariate

Dimensi pengukuran indikator variabel sebelumnya telah diuji dengan factorial. Hasil uji factor dilanjutkan dengan pengujian SEM-PLS. Seperti halnya pendapat beberapa ahli statistic bahwa pemodelan SEM-PLS dapat dikaji dari dua sisi, yaitu:

- (3) Pemodelan pada Struktur Inner (Inner Structural Model), yaitu model structural yang menghubungkan antara bagian laten.
- (4) Pemodelan pada pengukuran (Outer Structural Modeling), yaitu model pengukuran (indicator) yang menghubungkan dengan variable latennya.

Berdasarkan dua pemodelan diatas, pemodelan gabungan antara inner structural modeling dan outer structural modeling dapat disajikan pada Gambar 6

Adapun beberapa pertimbangan dalam penelitian ini memilih menggunakan analisis metode PLS, sebagai berikut:

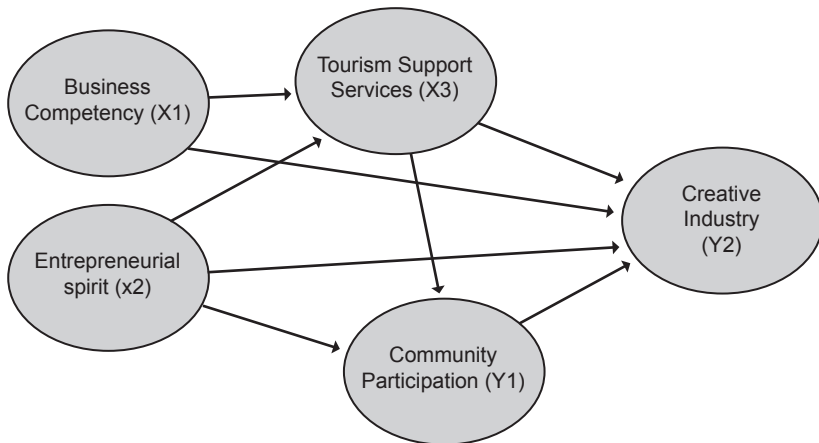
- a. Minimal jumlah sampel yang digunakan dalam penggunaan PLS antara 30 sampai 100 sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100.
- b. PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak sehingga asumsi normalitas tidak menjadi masalah.
- c. PLS menggunakan pendekatan jalur (*path*) sehingga mampu memberikan analisa pada variabel independen yang lebih dari satu.
- d. Mampu menyatakan pengaruh suatu konstruk

atau variabel yang di mediasi oleh sebuah variabel mediasi.

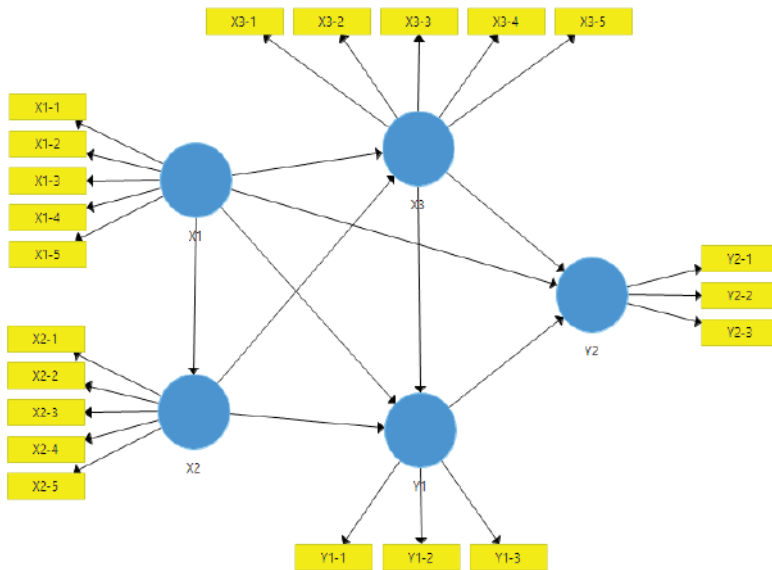
Tahapan analisis menggunakan PLS-SEM dimana setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya, yaitu:

Menggambar Diagram Jalur

Langkah selanjutnya setelah melakukan konseptualisasi model, menentukan metode analisis algorithm dan metode resampling adalah menggambar diagram jalur (*path diagram*) dari model yang akan diestimasi (Ghozali, 2015:53). Diagram jalur ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 10.2 Konstruk Variabel Eksogen dan Endogen



Gambar 10.3 Pemodelan Diagram Jalur

a. Evaluasi Model

Evaluasi model PLS berdasarkan pada orientasi prediksi yang mempunyai sifat non-parametrik. Model PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model*.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Ghozali (2015:9) model pengukuran atau *outer model* menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) uji *outer model* yang digunakan, yaitu:

Convergent Validity

Convergent validity dari *measurement (outer) model* dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara *score item/indikator* dengan *score konstruknya*. Indikator

individu dianggap *reliable* jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Pada riset tahap pengembangan skala, *loading factor* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima dengan melihat hasil *output* korelasi antara indikator dengan konstruksinya (Ghozali, 2015:37). Hasil ouput korelasi antara indicator dapat ditunjukkan pada Tabel berikut ini.

Tabel 10.1 Hasil Ouput korelasi antara indicators

Konstruks	X1	X2	X3	Y1	Y2
X1-1	-0.0055				
X1-2	0.692				
X1-3	0.850				
X1-4	0.864				
X1-5	0.760				
X2-1		0.890			
X2-2		0.910			
X2-3		0.854			
X2-4		0.841			
X2-5		0.833			
X3-1			0.953		
X3-2			0.957		
X3-3			0.978		
X3-4			0.916		
X3-5			0.978		
Y1-1				0.959	
Y1-2				0.901	
Y1-3				0.942	
Y2-1					0.921
Y2-2					0.870
Y2-3					0.897

Sumber: data primer diolah

Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* indikator refleksif dapat dilihat pada *cross-loading* dan *latent correlations* antara indikator dengan konstruksya. Nilai korelasi antara indikator pada *cross-loading* dan *latent correlations* dikatakan baik apabila nilai pada suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya (Ghozali, 2015:39). Metode lain untuk menilai *discriminant validity* dengan melihat nilai dari *Average Variance Extraced* (AVE). Model yang baik dari setiap konstruk apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2015:40).

Tabel 10.2

Uji Diskriminan Validitas Konstruks Variabel Endogen dan Eksogen

Konstruk Variable laten	Cross Loadings
X1....>X1	0.711
X2....>X1	0.792
X2....>X2	0.866
X3....>X1	0.758
X3....>X2	0.750
X3....>X3	0.957
Y1....>X1	0.859
Y1....>X2	0.908
Y1....>X3	0.851
Y1....>Y1	0.934
Y2....>X1	0.723
Y2....>X2	0.683
Y2....>X3	0.872
Y2....>Y1	0.772
Y2....>Y2	0.896

Sumber: data primer diolah

Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai cross loadings factor dengan syarat nilai tersebut > 0.50 . Berikut ini ditunjukkan hasil uji validitas pada Tabel 10.3

Tabel 10.3

Uji Diskriminan Validitas Konstruks Indikator Variabel Endogen dan Eksogen

Konstruk/ indikator	Cross Loadings				
	X1	X2	X3	Y1	Y2
X1-1	-0.055	-0.276	-0.300	-0.303	-0.085
X1-2	0.692	0.330	0.350	0.433	0.412
X1-3	0.850	0.611	0.650	0.660	0.772
X1-4	0.864	0.575	0.651	0.690	0.484
X1-5	0.760	0.799	0.578	0.767	0.552
X2-1	0.670	0.890	0.572	0.791	0.435
X2-2	0.732	0.910	0.597	0.804	0.512
X2-3	0.544	0.854	0.537	0.684	0.507
X2-4	0.730	0.841	0.741	0.843	0.751
X2-5	0.712	0.833	0.763	0.787	0.654
X3-1	0.767	0.706	0.953	0.814	0.878
X3-2	0.715	0.749	0.957	0.839	0.815
X3-3	0.724	0.706	0.978	0.813	0.849
X3-4	0.690	0.719	0.916	0.787	0.774
X3-5	0.724	0.708	0.978	0.814	0.850
Y1-1	0.794	0.850	0.844	0.759	0.786
Y1-2	0.811	0.803	0.773	0.901	0.651
Y1-3	0.806	0.841	0.776	0.942	0.721
Y2-1	0.713	0.742	0.763	0.776	0.921
Y2-2	0.588	0.472	0.766	0.585	0.870
Y2-3	0.642	0.618	0.813	0.711	0.897

Sumber: Data primer diolah

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Pengukuran reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif pada SmartPLS 3.0 dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu: *cronbach's alpha* dan *composite reliability* sering disebut *Dillon-Goldenstein's*. Penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *composite reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk (Ghozali, 2015:75). Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Ghozali, 2015:41).

Tabel 10.4 Uji Reliabilitas Konstruk Variabel

Konstruk Variable laten	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance
X1	0.731	0.789	0.797	0.506
X2	0.917	0.920	0.938	0.751
X3	0.977	0.977	0.982	0.915
Y1	0.927	0.930	0.954	0.873
Y2	0.877	0.878	0.924	0.803

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Uji *inner model* menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan *substantive theory* (Ghozali, 2015:10). Pengujian terhadap model struktural (*inner model*) dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan

goodness-fit model (Ghozali, 2015:41). Perubahan nilai R-Squares dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Nilai R-Squares > 0,75 (kuat), 0,50-0,75 (moderate), dan 0,25-0,50 (lemah). Hasil dari PLS R-Squares mempresentasi jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali, 2015:78). Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Hasil Pengujian R^2 dapat ditunjukkan pada Tabel 10.5 berikut ini.

Tabel 10.5 Hasil Rsquare

Konstruk Laten	R Square	R Square Adjusted
X2(spirit kewirausahaan)	0.627	0.621
X3(jasa penunjang pariwisata)	0.635	0.623
Y1(partisipasi masyarakat)	0.909	0.905
Y2 (industry kreatif)	0.769	0.758

Sumber: data primer

Hasil pengujian R^2 dan R^2 Adjusted tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, sehingga hasil pengujian tersebut dapat digunakan sebagai acuan pembuktian empiris. Tabel 10.6 hasil pengujian R^2 sebagai besaran nilai kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Tabel 10.6 Hasil Uji Rsquare

Konstruk Variable laten	Original Sample	Sample Mean	Standard deviation	T statistics	P values
X2	0.621	0.634	0.058	10.696	0.000
X3	0.623	0.637	0.067	9.317	0.000
Y1	0.905	0.911	0.023	38.774	0.000
Y2	0.758	0.767	0.062	12.295	0.000

Sumber: data primer

Uji Hipotesis

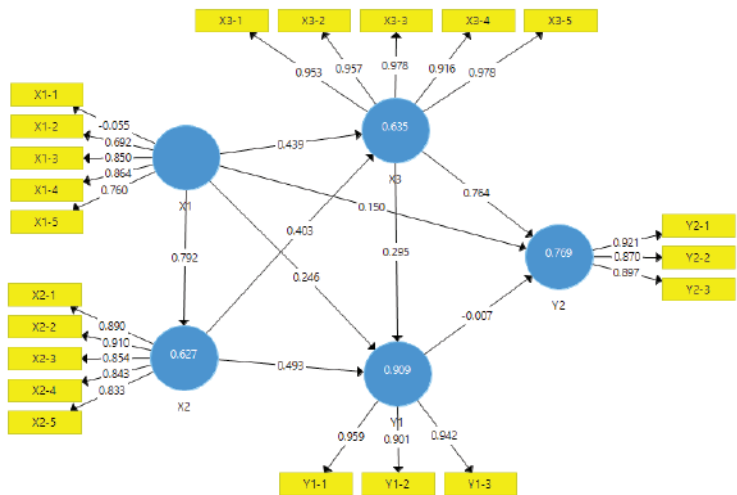
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai T-statistik. Tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan nilai T-statistik sebesar 1,96. Nilai T-statistik > 1,96 menunjukkan bahwa hipotesis diterima, sedangkan jika nilai T-statistik < 1,96 menunjukkan hipotesis ditolak. Pengujian efek mediasi menggunakan program SmartPLS 3.0 menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1986). Menurut Baron dan Kenny terdapat tiga tahapan model untuk menguji efek mediasi, yaitu: (1) Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) dan harus signifikan pada T-statistics > 1,96; (2) Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen (X) terhadap variabel mediasi (M) dan harus signifikan pada T-statistics > 1,96; (3) Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen (X) dan mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y). Pada pengujian tahap terakhir diharapkan pengaruh variabel eksogen (X) terhadap endogen (Y) tidak signifikan

sedangkan pengaruh variabel mediasi (M) terhadap variabel endogen (Y) harus signifikan pada T-statistics > 1,96 (Ghozali, 2015).

Tabel 10.7 Direct Path Coefficient dengan SEM-PLS

Konstruk	Original sample	Smaple Mean	SD	Tstatistics	Pvalue
X1...> X2	0.792	0.799	0.036	21.982	0.000
X1...>X3	0.439	0.440	0.119	3.678	0.000
X1...>Y1	0.246	0.253	0.091	2.699	0.007
X1...>Y2	0.150	0.173	0.154	0.977	0.329
X2...>X3	0.403	0.404	0.124	3.246	0.001
X2....>Y1	0.493	0.488	0.061	8.058	0.000
X3...>Y1	0.295	0.292	0.066	4.441	0.000
X3....>Y2	0.764	0.771	0.078	9.833	0.000
Y1....>Y2	-0.007	-0.037	0.163	0.0041	0.967

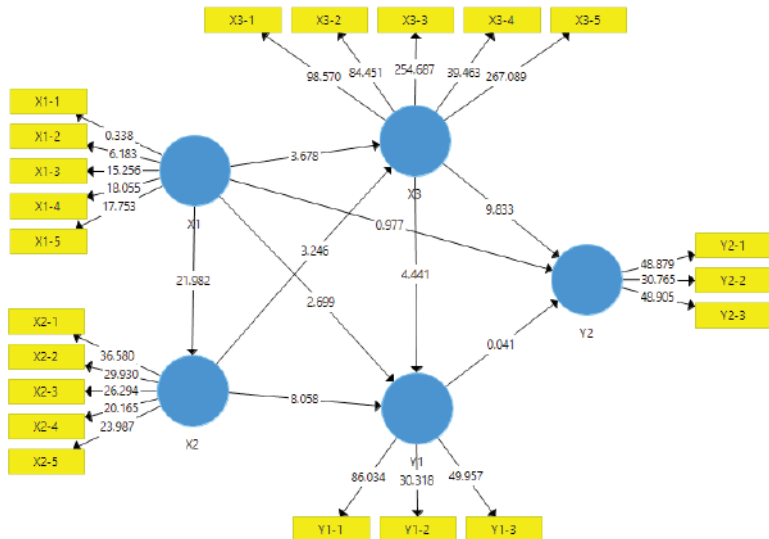
Sumber: data primer diolah



Gambar 10.4
Model Hubungan Variabel dengan SEM-PLS

10.2 Metode bootstrapping

Penggunaan Metode *bootstrapping* atau dengan kata lain penggandaan secara acak bertujuan untuk melihat normalitas secara acak, sehingga permasalahan hasil uji normalitas dapat diketahui. Dengan demikian asumsi normalitas tidak menjadi masalah dan dapat diselesaikan dengan bootstrapping. Selain itu hasil uji signifikansi koefisien T-hitung sekaligus dapat terlihat setelah dilakukan bootstrapping. Hasil uji signifikansi dengan metode bootstrapping dapat ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 10.5
Hasil Uji Signifikansi Variabel dengan Model SEM-PLS

Hasil uji signifikasi koefisien T-hitung dapat dapat dijelaskan bahwa (1) kompetensi bisnis (X1) berpengaruh signifikan terhadap spirit entrepreneurship (X2). (2) Kompetensi bisnis (X1) berpengaruh terhadap jasa penunjang pariwisata (X3). (3) Kompetensi bisnis (X1) berpengaruh terhadap partisipasi masyarakat (Y1). (4) Spirit entrepreneurship (X2) berpengaruh signifikan terhadap jasa penunjang pariwisata (X3). (5) Spirit entrepreneurship (X2) berpengaruh signifikan partisipasi masyarakat (Y1). (6) Spirit entrepreneurship (X2) berpengaruh signifikan industry kreatif (Y2). (7) Jasa penunjang pariwisata (X3) berpengaruh signifikan terhadap partisipasi masyarakat (Y1). (8) Jasa penunjang pariwisata (X3) berpengaruh signifikan terhadap industry kreatif (Y2). (9) Namun Kompetensi bisnis (X1) berpengaruh **tidak signifikan** terhadap industry kreatif (Y2). (10) Partisipasi masyarakat (Y1) berpengaruh **tidak signifikan** terhadap industry kreatif (Y2).

Untuk menguji kebaikan model SEM-PLS dapat dilihat dari nilai fsquare yang ditunjukkan pada Tabel berikut ini.

Tabel 10.8 fsquare (Direct Effect Size)

Konstruk	Fsquare
X1...> X2	1.680
X1...>X3	0.197
X1...>Y1	0.208
X1...>Y2	0.0025
X2...>X3	0.166
X2....>Y1	0.859

X3...>Y1	0.351
X3....>Y2	0.764
Y1....>Y2	0.000

Sumber: Data primer diolah

Shared over simple effects (SOS) index seperti dijelaskan oleh Preacher & Kelley (2011) memiliki rentangan nilai lebih kecil 0 (nol) dan lebih besar dari 1 (satu). SOS dapat digunakan untuk melihat effect size sebuah hubungan model dengan memasukan mediasi variable. Model konstruk dalam penelitian dengan mempergunakan Y1 (partisipasi masyarakat sebagai mediasi, maka nilai effect size dapat dsajikan pada Tabel diatas. Cohen (1988) dan Hair et al. (2014), diperlukan $Q^2 = 0.80$ dan f^2 (Effect size) = 0.15 (medium effect). **Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016).** Untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur blindfolding. Apabila nilai fsquare yang diperoleh 0.02 (kecil), 0.15 (sedang), dan 0.35 (besar).

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)(1 - R_3^2)(1 - R_4^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.627)(1 - 0.635)(1 - 0.909)(1 - 0.769)$$

$$Q^2 = 1 - (0.373)(0.365)(0.091)(0.231)$$

$$Q^2 = 1 - 0.0028619$$

$$Q^2 = 0,99 \text{ (besar)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan Q^2 , maka dapat disimpulkan bahwa model yang diperoleh memiliki model relevansi prediksi sangat baik. Oleh karena itu model penelitian ini dapat dikatakan sebagai model terintegrasi dengan model multivariate (SEM-PLS).

DAFTAR PUSTAKA

- Kaiser, H.F. (1960). *"The application of electronic computers to factor analysis"*. *Educational and Psychological Measurement*. 20: 141-151. doi:10.1177/001316446002000116.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1, 245-276.
- Revelle, W., & Rocklin, T. (1979). Very simple structure-alternative procedure for estimating the optimal number of interpretable factors. *Multivariate Behavioral Research*, 14(4), pp. 403-414
- Fabrigar, Leandre R.; Wegener, Duane T., MacCallum, Robert C., Strahan, Erin J. (1 January 1999). "Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research.". *Psychological Methods* 4 (3): 272-299. doi:10.1037/1082-989X.4.3.272
- Raiche, G., Roipel, M., & Blais, J. G. | Non graphical solutions for the Cattell's scree test. Paper presented at The International Annual Meeting of the Psychometric Society, Montreal | date=2006 | Retrieved December 10, 2012 from "Archived copy" (PDF). Archived (PDF) from the original on 2013-10-21. Retrieved 2013-05-03.
- Velicer, W.F. (1976). *"Determining the number of components from the matrix of partial correlations"*. *Psychometrika*. 41 (3): 321-327. doi:10.1007/bf02293557.

- Ruscio, J.; Roche, B. (2012). *“Determining the number of factors to retain in an exploratory factor analysis using comparison data of a known factorial structure”*. *Psychological Assessment*. 24 (2): 282–292. doi:10.1037/a0025697.
- Courtney, M. G. R. (2013). Determining the number of factors to retain in EFA: Using the SPSS R-Menu v2.0 to make more judicious estimations. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(8). Available online: “Archived copy”. Archived from the original on 2015-03-17. Retrieved 2014-06-08.
- George Thomas Lewith; Wayne B. Jonas; Harald Walach (23 November 2010). *Clinical Research in Complementary Therapies: Principles, Problems and Solutions*. Elsevier Health Sciences. p. 354. ISBN 0-7020-4916-6.
- Cattell, Raymond B. (1966). *“The Scree Test For The Number Of Factors”*. *Multivariate Behavioral Research*. 1 (2):245–276. doi:10.1207/s15327906mbr0102_10.
- Alex Dmitrienko; Christy Chuang-Stein; Ralph B. D’Agostino (2007). *Pharmaceutical Statistics Using SAS: A Practical Guide*. SAS Institute. p. 380. ISBN 978-1-59994-357-2.
- Geoffrey R. Norman; David L. Streiner (15 September 2007). *Biostatistics: The Bare Essentials*. PMPH-USA. p. 201. ISBN 978-1-55009-400-8.

BAB XI

DESA WISATA

11.1 Konsep Desa Wisata

Desa wisata merupakan daerah pengembangan pariwisata pedesaan berdasarkan peraturan pemerintah tentang kepariwisataan. Tujuan pengembangan desa menjadi obyek kepariwisataan didasarkan pada beberapa pandangan dan kajian hasil beberapa riset. Wisata pedesaan berfokus pada partisipasi aktif dalam gaya hidup pedesaan. Hal ini dapat menimbulkan varian ekowisata. Banyak desa dapat memfasilitasi pariwisata disebabkan oleh banyaknya penduduk desa yang ramah dan ingin menyambut (dan kadang bahkan menjadi tuan rumah) bagi pengunjung. Sektor pertanian menjadi daya tarik untuk ditawarkan bagi wisatawan mancanegara yang bersifat sangat mekanis dan dengan tenaga kerja manual. Disisi lain, sektor pertanian sebagai tren yang menyebabkan tekanan ekonomi pada beberapa desa, yang pada gilirannya menyebabkan kaum muda pindah ke

daerah perkotaan. Namun ada, segmen penduduk perkotaan yang tertarik mengunjungi daerah pedesaan dan dengan memahami gaya hidup masyarakatnya.

Beberapa prinsip dasar wisata pedesaan dari kajian berbagai literature telah disebutkan antara lain, yaitu:

- 1) Untuk minimalkan dampak perkembangan kota yang cepat;
- 2) Membangun kesadaran dan penghargaan lingkungan dan budaya;
- 3) Memberikan pengalaman positif bagi pengunjung dan tuan rumah;
- 4) Memberikan keuntungan finansial langsung untuk konservasi;
- 5) Memberikan manfaat finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat setempat;
- 6) Meningkatkan kepekaan terhadap iklim politik, lingkungan, dan sosial negara penerima.

11.2 Kluster Desa Wisata

Berdasarkan hasil studi empiris pada beberapa kabupaten di Bali, terutama Bali Selatan meliputi: Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan terdapat kategori kunjungan wisata seperti ditampilkan pada Bagan berikut ini.

Badung	Tabanan
Campus Tourism Spiritual Tourism Pilgrim Tourism Eco-Tourism Industry Tourism Art & heritage Tourism Marina Tourism Music Tourism	Healthy Tourism Cultural Tourism Convensi-Tourism Sport Tourism Convensi-Tourism Agro Tourism Spiritual Tourism Pilgrim Tourism
Interface Tourism Cluster	
Edu-Tourism Industry Tourism Tekno-Tourims Market Tourism Fishing Tourism Sport Tourism Meditation Tourism	Comersial Tourism Industry Tourism Agro-Tourism Pilgrim Tourism Culture Tourism Natural Tourism Tracking Tourism
Denpasar	Gianyar

Bagan 1. Studi Empiris Cluster Wisata Wilayah Sarbagita

Pariwisata berkontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Provinsi Bali. Bali telah dikenal secara internasional sebagai pulau terindah di dunia, bahkan terpilih sebagai pulau terindah kedua di dunia oleh majalah Travel+Leisure dari hasil survey terhadap pembaca majalah tahun 2015 (Kompas.com, 2016). Menurut Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali A. A. Gede Yuniartha Putra, pariwisata Bali berhasil karena kombinasi dari manusia, budaya dan keindahan alamnya (Kompas.

com, 2016). Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun nusantara terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2015, jumlah wisatawan asing yang datang ke Bali adalah sejumlah 4.001.835 orang (Dinas Pariwisata Pemprov Bali, 2016a) sedangkan jumlah wisatawan nusantara sejumlah 7.147.100 orang (Dinas Pariwisata Pemprov Bali, 2016b). Khusus untuk wisatawan asing yang datang ke Indonesia pada tahun 2015, 38,45% datang ke Bali (Dinas Pariwisata Pemprov Bali, 2016a). Pemerintah Provinsi Bali terus berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dengan salah satunya menambah daerah tujuan wisata baru dengan tanpa mengorbankan kehidupan sosial dan lingkungan di Bali. Konsep yang diterapkan adalah pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) yang di dalamnya termasuk konsep *green tourism*. Konsep yang menyeimbangkan antara kehidupan sosial (*social equity*), ekonomi (*economic prosperity*) dan lingkungan (*enviromental integrity*) (Zamfir & Corbos, 2015; Dangi & Jamal, 2016; Mihalic, 2016).

11.3 Dampak Desa Wisata terhadap lingkungan Sosial

Konsep pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) juga menjadi fokus pemerintah Provinsi Bali dengan tujuan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat lokal dengan membentuk desa wisata. Jumlah desa wisata yang ada di Bali pada tahun 2015 adalah 53 buah (Tribunnews.com, 2016). Hal ini sejalan dengan pernyataan Menteri Pariwisata Arief Yahya yang

menyatakan bahwa wisatawan yang datang ke Indonesia karena alasan *cultural* atau budaya 60%, *nature* atau alam 35%, dan *manmade* atau buatan manusia 5% (Tribunnews.com, 2016).

Dari 60% tersebut 20 % wisata warisan budaya dan sejarah, 45% wisata kuliner, dan 35% wisata kota atau desa dengan demikian maka kebijakan Pemprov Bali untuk mengembangkan desa-desa wisata sudah tepat. Pemprov Bali mencanangkan untuk menambah jumlah desa wisata menjadi 100 buah pada tahun 2018 (Tempo.co, 2016). Namun pada kenyataannya tidak semua desa wisata berkembang dengan baik. Sebagai contoh dari 11 desa wisata yang ada di Kabupaten Badung hanya 2 yang dapat dikategorikan sudah berkembang yaitu Desa Wisata Sangeh dan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi, 8 desa sedang berkembang dan 1 desa belum berkembang (Nalayani, 2016). Penyebab tidak berkembangnya desa wisata tersebut adalah karena lemahnya pemahaman tentang desa wisata, belum terintegrasinya peran pemerintah kabupaten dengan *stakeholders* pariwisata, pendanaan, potensi desa yang belum dikembangkan dengan baik dan tidak adanya perencanaan pengembangan yang baik (Artana & Irwanti, 2013). Fenomena ini terjadi pula di beberapa desa wisata yang ada di kabupaten lainya di Bali.

Ekowisata masyarakat

International Ecotourism Society (TIES) mendefinisikan ekowisata sebagai sebuah “perjalanan ke suatu area/wilayah/ alam yang disertai dengan tanggung

jawab untuk melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.” TIES (2014) adalah contoh organisasi nirlaba yang didedikasikan untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan praktik ekowisata. dan mempromosikan pengembangan masyarakat yang berkelanjutan. Ekowisata menyediakan alternatif bentuk perjalanan ke pariwisata massal. Turisme massal adalah gagasan untuk mengunjungi tempat dengan tanggung jawab minimal terhadap masyarakat dan lingkungan setempat. Alomari (2012) menyebutkan pariwisata, industri terbesar di dunia dengan lebih dari 10% dari total lapangan kerja dan 11% dari PDB global, juga merupakan industri yang berkembang pesat karena “total perjalanan wisata diperkirakan meningkat menjadi 1,6 miliar pada tahun 2020”. Rajan, et al (2013) mengungkapkan bahwa untuk mengakomodasi kebutuhan yang meningkat ini dalam industri pariwisata, harus ada perubahan dalam industri ini. Satu khususnya adalah kebutuhan untuk melindungi lingkungan dan menghormati budaya lokal.

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia, ekowisata tumbuh tiga kali lebih cepat daripada industri pariwisata. Cox (2006) menyebutkan perkembangan ekowisata yang tumbuh pesat menyiratkan fenomena yang sudah berubah yang terjadi dalam perjalanan wisata. Demikian pula, Uni Konservasi Dunia selangkah lebih maju dalam mendefinisikan ekowisata untuk memasukkan menikmati dan menghargai alam, memiliki dampak pengunjung negatif yang rendah, dan memberikan keterlibatan sosial-ekonomi kepada populasi lokal. Lindsay (2003) juga

menyatakan bahwa ketika ekowisata tumbuh, maka akan terjadi perubahan dan berfokus pada lokasi yang rentan terhadap perubahan iklim. Dalam teori neoliberalisme, ekowisata adalah win-win bagi penduduk asal (tuan rumah) dan wisatawan. Alternatif ekowisata adalah sebagai upaya konservasi untuk menciptakan peluang pekerjaan dan pelestarian lingkungan. Selain itu ekowisata sebagai sebuah pekerjaan yang tersedia bagi masyarakat local di luar kegiatan seperti penebangan yang dapat merusak lingkungan dan nilai intrinsik lingkungan. Ekowisata sebuah tindakan untuk meningkatkan modal sosial bagi penduduk asal (tuan rumah) dan wisatawan, ketika mereka terlibat dalam interaksi sosial dan belajar tentang budaya lain.

Namun, karena ekowisata paling populer di lingkungan yang rentan, ia dapat secara tidak sengaja mengeksploitasi komunitas yang menyebabkan masalah keadilan sosial yang serius. Gagasan ekowisata masyarakat menempatkan kegiatan pariwisata di tangan masyarakat setempat. Ini membahas kebutuhan bisnis pariwisata untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di ketiga bagian masyarakat - sosial, ekonomi, dan lingkungan. Li, Yipin (1998) menyebutkan bahwa ekowisata salah satu solusi bagi masyarakat untuk menyelesaikan satu masalah, dimana input dari masyarakat yang menjadi tuan rumah pariwisata, sehingga dapat diciptakan peluang kerja baru untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat local. Pemerintah dan agen luar telah mendorong masyarakat untuk menjadi tuan rumah bagi wisatawan yang terkadang dapat

menyebabkan lebih banyak bahaya jika masyarakat tidak siap tanpa pengetahuan, kepemimpinan, atau kapasitas yang relevan. Morcardo (2008) mengungkapkan sebuah contoh kejadian seperti itu adalah di Teluk Montego di mana organisasi internasional membawa wisatawan ke situs yang sudah kebarat-baratan, yang merusak lingkungan yang rusak ini. West, et al (2004) mengungkapkan contoh lainnya tentang kasus Gunung Kawah Papua Nugini yang mengesampingkan ketegangan etnis mereka, klan merencanakan pondok wisata selama dua tahun yang ditolak pemerintah dalam lima menit. Kurangnya kolusi antara klan lokal dan pemerintah menciptakan ketegangan dan kegagalan bagi semua pihak. Menurut West, et al (2004) bahwa ekowisata sebagai peluang usaha, sumber pendapatan dan kesuksesan. Komunitas/masyarakat local akan dapat menerima manfaat ekonomi lebih banyak dibandingkan pemerintah atau organisasi pihak ketiga.

Secara keseluruhan, peningkatan permintaan pariwisata ke tempat-tempat eksotis karena mereka menjadi lebih mudah diakses memberikan kesempatan bagi masyarakat yang rentan dan miskin secara ekonomi. Dalam pariwisata tradisional, komunitas-komunitas ini sering dieksploitasi dan sumber dayanya habis. Ini juga termasuk ketidakadilan sosial ketika mempertimbangkan kekuatan dalam hubungan tuan rumah-tamu. Jones (2005) Ekowisata komunitas memperkuat hubungan tuan rumah dan tamu sehingga keduanya dapat belajar dari budaya yang berbeda dan bagaimana cara mengatasi perbedaan tersebut. Pantea (2013) Ketika ditangani dengan benar,

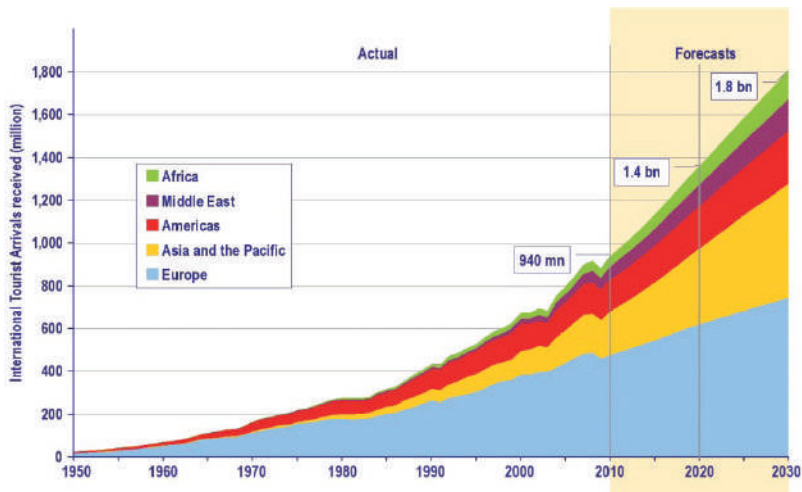
hubungan yang adil berkembang di bidang nasional dan global. Tidak seperti pariwisata tradisional, pengalaman wisata alternatif ini memungkinkan orang untuk terlibat secara positif dalam cara hidup masyarakat dan belajar bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan. Ekowisata masyarakat dapat bertindak sebagai solusi untuk masalah keadilan sosial yang muncul dengan industri pariwisata sehubungan dengan ekonomi, lingkungan, dan budaya.

11.4 Manfaat Ekowisata Masyarakat

Secara umum, kesuksesan adalah manfaat yang melebihi biaya. Ukuran keberhasilan ekowisata yang lebih konkret adalah memastikan bahwa industri pariwisata beroperasi dalam kapasitas lokasi untuk menangani kegiatan semacam itu di tiga bidang ekowisata - ekonomi, lingkungan, dan budaya. Salah satu bentuk kapasitas tersebut adalah kapasitas ekonomi sehingga industri pariwisata tidak menggantikan kegiatan ekonomi lokal yang berkelanjutan yang sudah ada. Selain itu, ada daya dukung lingkungan, batas di mana lingkungan tidak terdegradasi dari pariwisata. Ini sangat penting karena banyak lokasi ekowisata berada di lokasi yang rentan terhadap perubahan iklim, seperti di sepanjang tahun.

Perkembangan kunjungan wisata dunia berdasarkan data UNWTO (2014) bahwa kunjungan wisata paling banyak ditujukan pada benua Eropa dan diikuti oleh benua Asia-Pasific, dan paling rendah kunjungan wisata ditunjukkan oleh wilayah benua Africa. Ringkasan

kunjungan wisata pada lima benua ditunjukkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 11.1:
Proyeksi kunjungan wisata internasional lima benua (UNWTO, 2014)

Berbeda dengan pariwisata secara umum maupun pariwisata tradisional. ekowisata masyarakat sering merupakan alat untuk pembangunan ekonomi untuk mempromosikan aliran masuk modal dan kesempatan kerja kepada masyarakat. Oleh karena itu, sering menargetkan daerah yang lebih miskin di mana dilaksanakan. Ini mendorong kewirausahaan bagi anggota lokal untuk mengorganisir masyarakat dalam mengimplementasikan dan menjalankan usaha ekowisata berbasis masyarakat yang sukses. Baik modal finansial dan sosial ditempatkan di komunitas adat, mendorong peningkatan lebih lanjut dari program ekowisata komunitas. Coria (2011) Aliran modal ini kemudian dapat

digunakan untuk membantu pengembangan infrastruktur, pendidikan, dan praktik kesehatan. Ekowisata berbasis masyarakat memberi tekanan pada bisnis lokal dan memperkuat upaya pendukung lokal. Tidak hanya peningkatan modal, nilai intrinsik lingkungan meningkat. Di Zanzibar, gagasan ekowisata telah memungkinkan para wirausahawan untuk melakukan tur di desa asal mereka dan menggunakan pendapatan untuk mendukung diri mereka sendiri serta memberikan kembali kepada masyarakat. Ini juga membantu pengembangan secara konservatif termasuk meningkatkan investasi dalam energi matahari. Honey (2008) menyebutkan Secara keseluruhan, ekowisata berbasis masyarakat secara keseluruhan dapat meningkatkan nilai ekonomi daerah yang sebelumnya miskin melalui penyediaan lapangan kerja dan modal yang bermartabat ke dalam ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- The International Ecotourism Society. 2014. Online. <http://www.ecotourism.org>
- Alomari, Thabit. Motivation and Socio-Cultural Sustainability of Voluntourism. M.A. University of Lethbridge (Canada), 2012 Canada. Mihalic, T. (2016) Sustainable-responsible tourism discourse – towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461-470
- Tribunnews.com. (2016) *Tepat Jika Pemprov Bali Mengembangkan Desa-desa Wisata*. Diunduh pada tanggal 27 Mei 2016 dari <http://www.tribunnews.com/travel/2016/03/23/tepat-jikapemprov-bali-mengembangkan-desa-desa-wisata>
- Dangi, T. B. & Jamal, T. (2016) An integrated approach to “Sustainable Community-Based Tourism”. *Sustainability*, 8 (475), 1-32
- Zamfir, A. & Corbos, R. A. (2015) Towards sustainable tourism development in urban areas: case study on Bucarest as Tourist Destination. *Sustainability*, 7, 12709-12722
- Kompas.com (2016) *Kadis Pariwisata: Tiap Tahun Bali Dapat Penghargaan*. Diunduh pada tanggal 27 Mei dari <http://travel.kompas.com/read/2016/01/06/123400427/Kadis.Pariwisata.Tiap.Tahun.Bali.Dapat.Penghargaan>
- Artana, I. W. A. & Irwanti, N. K. D. (2013) Strategi

- pengembangan Desa Belimbing sebagai desa wisata di Kecamatan Pupuan, Tabanan – Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*, 3 (2), 77-91
- Nalayani, N. N. A. H. (2016) Evaluasi dan strategi pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung, Bali. *JUMPA*, 2 (2), 189-198
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016a) Statistik Pariwisata Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2016b) Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2015. Diunduh pada tanggal 21 Mei 2016 dari www.disparda.baliprov.go.id/statistik2
- Rajan, Brilliant, Vincy Mary Varghese, and Anakkathil Purushothaman Pradeepkumar. "Beach Carrying Capacity Analysis for Sustainable Tourism Development in the South West Coast of India." *Environmental Research, Engineering, and Management*, 2013. 1(63): 67-73.
- Cox, Rachel S. "Ecotourism." *CQ Researcher* 16.37 (2006): 865-88.
- Lindsay, Heather. "Ecotourism: the Promise and Perils of Environmentally-Oriented Travel." ProQuest. February 2003. Online.
- Li, Yiping. «Situated Learning, Responsible Tourism, and Global Peace.» *Peace Research* 30.4 (1998): 83-100.
- Moscardo, G. Building Community Capacity for Tourism

- Development. Wallingford, Oxon, GBR: CABI Publishing, 2008. . ebrary.
- West, Paige, James G. Carrier, 2004. Ecotourism and Authenticity: Getting Away from It All? Current Anthropology. 45(4): 483 – 498.
- Jones, Samantha. «Community-Based Ecotourism: The Significance of Social Capital.» Annals of Tourism Research 32.2 (2005): 303-24.
- Coria, Jessica, Enrique Calfucura. «Ecotourism and the Development of Indigenous Communities: the Good, the Bad, and the Ugly.» University of Gothenburg School of Business, Economics, and Law, 2011.
- Honey, Martha. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? (2nd Edition). Washington DC, USA: Island Press, 2008. . ebrary.
- Pantea, Maria-Carmen. «Young People in Cross-National Volunteering: Perceptions of Unfairness.» Journal of Social and Personal Relationships.30 (August 2013): 564-681.

BAB XII

PENUTUP

12.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data kuesioner di lapangan dapat diuji dengan K-S One Sample yang memiliki standar nilai melebihi nilai 0,05 (5%). Jika hasil pengujian data kuesioner di lapangan memiliki nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ melebihi 0,05 (5%) maka data kuesioner dapat dipergunakan pada penelitian lebih lanjut. Jika nilai $\text{asmp.sig.}(2.\text{tailed})$ kurang dari 0,05 (5%), maka data kuesioner tidak dapat dilanjutkan sebagai data dalam penelitian. Dimensi-dimensi kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata berbasis partisipasi masyarakat pada industri kreatif dengan hasil uji normalitas dari lima (5) faktor dengan 20 indikator yang dipergunakan menunjukkan bahwa 12 indikator dapat dipergunakan dalam data penelitian, sedangkan delapan (8) indikator perlu dilakukan pengujian kembali di lapangan.

Faktor dasar pengukuran dengan Confirmatory factor analysis dilakukan untuk operasionalisasi variabel penelitian menjadi indikator-indikator terukur. Konfirmatori variabel penelitian yang akan diuji dengan teknik analisis faktor adalah kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan, jasa penunjang pariwisata, partisipasi masyarakat, dan industri kreatif. Pengujian CFA untuk pembentukan faktor kompetensi bisnis, spirit kewirausahaan, jasa penunjang pariwisata, partisipasi masyarakat, dan industri kreative dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis*. Standar nilai pengujian dengan analisis faktor dapat digunakan: *nilai KMO* ($>0,50$), *TVE/Loading Factor* ($>60\%$), *nilai Comunilities* ($>0,50$). Untuk pembentukan dan pengembangan model kompetensi bisnis dan spirit kewirausahaan jasa penunjang pariwisata berbasis partisipasi masyarakat pad industri kreative yang riil berdasarkan beberapa pengujian dilapangan, maka pada tahun berikutnya perlu dilakukan pengujian model yang komplek dan simultan, sehingga model dapat dihasilkan lebih sempurna.

12.2 Saran

Buku hasil penelitian ini merupakan luaran tambahan penelitian, sehingga hasil kajiannya perlu dideskripsikan secara mendalam. Untuk diharapkan buku ini dapat dijadikan rujukan penelitian selanjutnya berkaitan dengan pola pikir masyarakat pedesaan dan perkotaan dalam memanfaatkan kompetensi bisnis sebagai sumber inovasi untuk menciptakan penghasilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azemikhah, H. (2005). *The design of competency based learning resources for VET training packages using learner centred, work centred and attribute focused simulation strategies*. Paper presented at the Australian Vocational Education and Training Research Association Conference, 8th, Brisbane, 2005, Brisbane.
- Abolghasem Arabiun, Samaneh Pouyanfar, Ebrahim Sabermaash, Mohsen Yousefi, Shahabeddin Shams (2012). Synergetic Combination of Competitive Advantage and Customer Satisfaction; Introduction of A New Strategic Decision Making Tool (SEVO). *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(6)5679-5684, 2012.
- Anand,N., Gardner,H.K.and Morris,T. (2007), Knowledge-Based innovation: Emergence and embedding new practice areas in management consulting firms, *Academy of Management Journal*,Vol.50. No.2.pp.406-426
- Belsoy J, Korir J, Yego J (2012) Environmental Impacts of Tourism in Protected Areas *Journal of Environment and Earth Science*, 2: 64-73.
- Bayus, Barry L. (2010). Kano Model of Customer Satisfaction. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*: John Wiley & Sons, Ltd. pp. 401-414.
- Bilgihan, A., & Wang, Y. (2011). How can Hospitality Organizations Create IT Induced Competitive Advantage? A Theoretical Framework. 16th

- Graduate Students Research Conference.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011) *Business research methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, B. (2012a) *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2012b). *Analisis data penelitian kualitatif: pemahaman filosofis dan metodologis ke arah penguasaan model aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bhathacherjee, Anol. 2012. *Social Science Research: Principles Methods, and Practices*. University of South Florida. abhatt@usf.edu.
- Bernhard Schmiedinger, Klaus Valentin, Elisabeth Stephan Schmiedinger, B., Valentin, K., and Stephan, E., (2005) Competence based Business Development Organizational Competencies as Basis for Successful Companies. Proceedings of I-KNOW'05 Gran.Autria, Juni 29-July.
- Bruhn, M., Grund, M.A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028.
- Brueckner, Jan Keith, Largey, Ann G., 2006). *Sosial Interaction and Urban Sprawl* CESif.WP. No.1843. IER University of Munich.
- Chia, Siow Yue (2013). *The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects*. No. 440 October 2013, ADBI Working Paper Series, No.

440. October 2013,
- Chan-Seng Ooi (2006). Tourism and economic creative in Singapore. DEIM. Url::[http// /www.ooi.dk](http://www.ooi.dk)
- Chia, Siow Yue. (2013) The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, And Prospects, ADBI October, No.440
- Casson, Mark. 2000. Information and Organization. Oxford: Oxford University Press.
- Chandler, G. N., and E. Jansen, E. 1992. "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance," *Journal of Business Venturing* 7: 223-36.
- Cheng, J., Masser, I., 2003. Urban growth pattern modelling: a case study of Wuhan City, PR China. *Landscape Urban Plan.*62, 199-217.
- Cholisin, 2011. Pengembangan Karakeri melalui Pembelajaran Kewarganegaraan. Yogyakarta.
- Edward Glaeser, Matthew Kahn, and Chenchuan Chu, (2001) *Job Sprawl: Employment Location in U.S. Metropolitan Areas*, Center for Urban & Metropolitan Policy, The Brookings Institution, Washington, D.C., July 2001.
- Erpenbeck, Rosenstiel, 2003. Erpenbeck, John & Lutz von Rosenstiel, Lutz (Hrsg.) (2003). *Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis*. Schäffer-Poeschel.
- Fabel, Oliver, (2004) Spinoffs of Entrepreneurial firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and*

- Theoretical Economic*. Vol.160: 416-438
- Foss N.J., dan Klein, P.G., (2004) "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm any Gains from trade, Handbook of Entrepreneurship: Dicipinary Perspektif. Austrian Schoolrs Conference." *Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/jep.28.4.3
- Fu Cai-Wu, Jiang Hai-quan, (2009) Function and Value Proposition Design of Cultural and Creative Industry in the Construction of Two-Oriented Society. Journal of China of GeSciences Edition 2009-4. CNKI.
- Hsiesh, Chih-Hao, Gugiahar,G., May,R., Hao-Ye, Deyle,E., Fogarty,M., Munch, Stepan, Detecting Causality in Complex Ecosystem. Vol.338. Science26 October 2012. www.sciencemag.org.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, N., Roche, G., Allen, R. (2007) Customer Satisfaction: The customer experience through the customer's eyes. Cogent Publishing Ltd. pp. 29-43, 226-250.
- International Labour Organization, (2006). Regional Model Compentecy Standard: Tourism Industry.Bangkok.-ISBN: 92-2-119308-X and 978-92-2-119308-1 (web-pdf)
- Jackson,Matthew O.,(2014) Networks in the understanding of economic behaviors. *Journal of Economic Perspectives*, Vol.28.(4):3-22. doi=10.1257/

jep.28.4.3.

- Koentjaraningrat. (1994). *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lazear, Edward P., (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labour Economic*. Vol.23 (4):649-680.
- Mithas, S., Krishnan, M.S., & Fornell, C. (2005). Why do customer relationship management applications affect customer satisfaction? *Journal of marketing*, 69(4), 201-209.
- Li Wu-wei, Wang Hui-min (2006). Creative Industry Promoting the Changing of the Ways of Economic Growth. Shanghai Academy of Social Sciences, *China Industrial Economy*. 2006-11. Shanghai 2000020. China Industrial Economy. CNKI.
- Liu Yu, Feng Jian, (2008), Development of Creative Beijing: Transition of Economy, Society and Space, *Urban Studies*. 2008-06. CNKI.
- Porter, M.E. (2001) From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvar Business Review*, May-June 1987. PP-79-91.
- Stefan, Eicker. J. Kochbeck, Schuler, P.M. (2008), Employee Competencies for Business Process Management. *BIS. LNBIP*. 7.252-242. Springer Verlag, Berlin.
- Su-Chin Hsieh, Jui-Shin Lin, Huang-Chun Lee, 2012. Analysis on Literature Review of Competency. *International Review of Business and Economics* Vol.2. pp.25-50. October
- Spencer, L.M and Spencer, P.S.M (2008) *Competence at Work*

- model for superior performance, John Wiley & Sons.
- Schofield K. and McDonald R. (2004). *High level review of training packages: Moving On (Phase 3 Report)*. Brisbane: ANTA.
- Siriwaiprapan, S. (2000). *The concept, practice, and future of human resources development as perceived by Thai human resources practitioners*. Unpublished doctoral dissertation, George Washington University, Washington DC.
- Taskov, Nako; Mtodijeski, Dejan; Dzeleva, Tajdana; Fillipovski, Oliver, (2011), *Entrepreneurship in Tourism Industry lead to Business Benefits*. Skopje, Macedonia.
- Undang-Undang No,10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Wisata Pulau Suwarnadwipa.
- Ulrich, D, Younger, J. Brockbank, W. & Ulrich, M. (2012), *HR talent and the new HR competencies*, *Strategis HR Review*, Vol.11.No.4.pp217-222.
- Zaleha Mohamad, Yahya Ibrahim, Mohd. Shaladdin Muda, and Safiek Moklis, (2013). *Entrepreneurial Competencies and Sustainability of Homestay Entrepreneurs*. *The International Journal of Social Sciences*. 30th April 2013. Vol.10 (1). www.Tijoss.com.
- Zhang, J., Zheng, Q.Q., Su, L., and Zheng, Lu (2012). *Reliability and Validity Testing and Analysis of IPMA-HR Competency Model in China*. *Public Personnel Management*, Vol.41. No.1, pp.173-197.

APENDIK PENGOLAHAN DATA DENGAN MULTIPOL

I. Participant presentation

1. User list

Kegiatan focus group discussion (FGD) dapat melibatkan pihak terkait seperti :

- pelaku wisata (wisata)
- akademisi (ahli)
- masyarakat (kelompok)

2. Participant description

1. wisata pelaku wisata

Role : pemberi informasi

Company : desa

Profession : swasta

2. ahli akademisi

Role : analisis peran takeholder

Company : PT

Profession : akademisi

3. kelompok masyarakat

Role : FGD

Company : masyarakat

Profession : partisipant

II. Input data

1. Criterion list

- kompetensi kognitif (komkog)
- berpikir kritis (kog-kris)
- memecahkan masalah (kog-masal)
- pembuatan keputusan (kog-put)
- interaksi sosial (rak-sos)
- menciptakan komunikasi (kom-sos)
- hubungan interpersonal (inter-sos)
- industri kreatif kuliner (ikkul)
- modernisasi peralatan (modern-alt)
- ketrampilan dalam penggunaan alat (trampil)

2. Criterion description

1. komkog kompetensi kognitif
Weight : 5
Description : kemampuan dasar pengetahuan
2. kog-kris berpikir kritis
Weight : 5
Description : pengembangan kemampuan dasar pengetahuan individu
3. kog-masal memecahkan masalah
Weight : 4
Description : pengembangan dasar pengalaman dalam bekerja
4. kog-put pembuatan keputusan

Weight : 3

Description : kemampuan dalam membuat keputusan

5. rak-sos interaksi sosial

Weight : 4

Description : kemampuan berinteraksi sosial dengan lingkungan sekitar

6. kom-sos menciptakan komunikasi

Weight : 4

Description : kemampuan berkomunikasi efektif dan menyenangkan

7. inter-sos hubungan interpersonal

Weight : 3

Description : memiliki kemampuan menciptakan hubungan interpersonal

8. ikkul industri kreatif kuliner

Weight : 5

Description : kemampuan pengembangan industri kreatif kuliner

9. modern-alt modernisasi peralatan

Weight : 4

Description : pemanfaatan alat modern untuk berkreasi kuliner

10. trampil ketrampilan dalam penggunaan alat

Weight : 4

Description : ketrampilan dalam penggunaan alat

3. Action list

- kompetensi kognitif (komkog)

- berikir kritis (kog-kris)
- memecahkan masalah (kog-masal)
- pembuatan keputusan (kog-put)
- inteeraksi sosial (raksos)
- menciptakan komunikasi (kom-sos)
- hubungan interpersonal (inter-sos)
- pengembangan industri kreatif kuliner (ikkul)
- modernisasi peralatan (modern-alt)
- ketrampilan dalam penggunaan alat (terampil)

4. Action description

1. komkog kompetensi kognitif
Description : memiliki dasar pengetahuan yang kuat
2. kog-kris berikir kritis
Description : memiliki kemampuan pengalaman yang memadai
3. kog-masal memecahkan masalah
Description : memiliki kemampuan dasar pengetahuan dan pengalaman memecahkan masalah
4. kog-put pembuatan keputusan
Description : kemampuan dalam membuat keputusan
5. raksos inteeraksi sosial
Description : kemampuan menciptakan interaksi sosial
6. kom-sos menciptakan komunikasi
Description : kemampuan menciptakan komunikasi dengan masyarakat sekitar

7. inter-sos hubungan interpersonal
Description : kemampuan menciptakan hubungan interpersonal
8. ikkul pengembangan industri kreatif kuliner
Description : pengembangan industri kreatif kuliner
9. modern-alt modernisasi peralatan
Description : kemampuan pengembangan industri dengan alat modern
10. terampil ketrampilan dalam penggunaan alat
Description : kemampuan penggunaan alat secara terampil

5. Policy list

- kompetensi kognitif (komkog)
- berpikir kritis (kog-kris)
- memecahkan masalah (kog-masal)
- pembuatan keputusan (kog-put)
- interaksi sosial (rak-sos)
- menciptakan komunikasi (kom-sos)
- hubungan interpersonal (inter-sos)
- industri kreatif kuliner (ikkul)
- modernisasi peralatan (modern-alt)
- ketrampilan dalam penggunaan alat (terampil)

6. Policy description

1. komkog kompetensi kognitif
Weight : 5
Description : meningkatkan kualitas sdm kritis, berpengetahuan dan berpengalaman

- dalam membuat keputusan
2. kog-kris berpikir kritis
Weight : 5
Description : berpengetahuan memadai
 3. kog-masal memecahkan masalah
Weight : 4
Description : dasar pengalaman
 4. kog-put pembuatan keputusan
Weight : 3
Description : dasar pengetahuan dan pengalaman
 5. rak-sos interaksi sosial
Weight : 4
Description : kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya
 6. kom-sos menciptakan komunikasi
Weight : 4
Description : menciptakan komunikasi efektif dan memadai
 7. inter-sos hubungan interpersonal
Weight : 3
Description : menciptakan hubungan interpersonal dengan sekitarnya
 8. ikkul industri kreatif kuliner
Weight : 5
Description : pengembangan industri kreatif kuliner
 9. modern-alt modernisasi peralatan
Weight : 4
Description : pemanfaatan alat modern

10. terampil ketrampilan dalam penggunaan alat
Weight : 4
Description : ketrampilan dalam penggunaan alat

7. Scenario list

- kompetensi kognitif (komkog)
- kompetensi sosial (komsos)
- industri kreatif kuliner (ikkul)

8. Scenario description

1. komkog kompetensi kognitif
Weight : 5
Description : dasar pengetahuan dan pengalaman dalam membuat keputusan
2. komsos kompetensi sosial
Weight : 4
Description : kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sekitar dan masyarakat
3. ikkul industri kreatif kuliner
Weight : 3
Description : pengemabngan industri kreatif kuliner berbasis alat modern

9. Evaluation of actions related to criteria

	komkog	kog-kris	kog-masal	kog-put	rak-sos	kom-sos	inter-sos	ikkul	modern-alt	trampil
komkog	10	8	6	8	11	6	11	8	9	10
kog-kris	11	12	7	9	12	5	10	7	6	9
kog-masal	14	15	8	11	10	8	9	8	4	8
kog-put	12	17	2	10	12	9	8	5	6	12
rak-sos	15	11	4	8	9	10	9	4	4	11
kom-sos	13	9	6	7	10	6	6	3	8	9
inter-sos	12	8	7	8	8	7	7	6	9	8
ikkul	11	7	3	9	7	8	7	7	11	7
modern-alt	10	9	8	10	5	9	9	8	12	6
terampil	9	7	9	11	6	10	6	9	9	8

© LPSOR-EPTA-MULTIPOL

The scoring of actions with respect to criteria goes from 0 to 20.

10. Evaluation of policies related to criteria

	Sum	komkog	kog-kris	kog-masal	kog-put	rak-sos	kom-sos	inter-sos	ikkul	modern-alt	trampil
komkog	100	8	13	9	10	9	11	12	12	8	8
kog-kris	100	10	6	10	15	10	12	10	11	9	7
kog-masal	100	12	9	5	15	12	10	8	13	10	6
kog-put	100	10	8	8	8	9	9	9	20	9	10
rak-sos	100	12	11	8	12	12	8	10	5	15	7
kom-sos	100	8	9	7	8	9	12	15	7	13	12
inter-sos	100	14	5	10	12	8	10	10	8	10	13
ikkul	100	12	10	13	11	7	8	12	3	12	12
modern-alt	100	10	10	10	8	13	9	9	10	10	11
terampil	100	18	15	5	6	15	10	11	9	2	9

© LPSOR-EPTA-MULTIPOL

Matrix values correspond to policy evaluation with respect to the criteria. As this concerns the set of criteria

weights, the row sum must always equal 100. AS this is a set of criterion weights, row sums must always equal 100.

11. Evaluation of scenarios related to criteria

	Sum	komkog	kog-kris	kog-masal	kog-put	rak-sos	korn-sos	inter-sos	ikkul	modern-alt	trampil
komkog	100	12	12	8	11	8	10	10	8	11	10
komsos	100	10	11	5	8	12	11	10	11	12	10
ikkul	100	11	10	8	12	12	11	10	9	8	9

© LIPSOR-EPITA-MULTIPOL

Matrix values correspond to scenario evaluation with respect to the criteria. As this concerns the set of criteria weights, the row sum must always equal 100.

III. Study of actions related to policies

1. Evaluation of actions with respect to policies

This matrix is made up of the score of actions related to policies. Here you can also find the mean, standard deviation and rank of actions by policies.

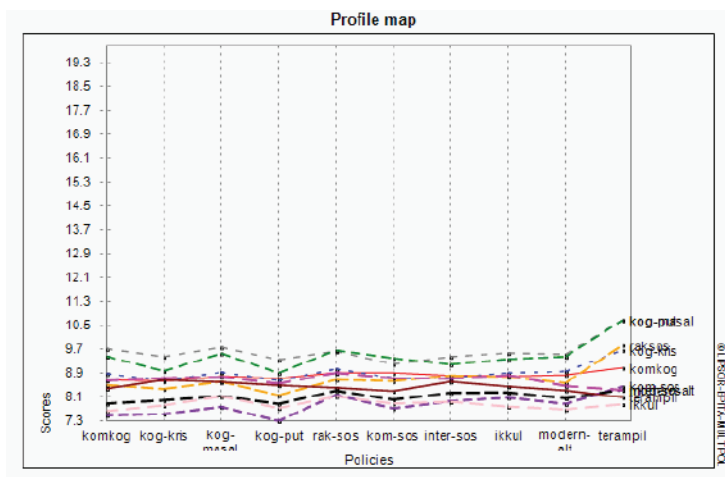
Number	Ec. Ty	Moy.	terampil	modern-alt	ikkul	inter-sos	kom-sos	rak-sos	kog-put	kog-masal	kog-kris	komkog
7	0.1	8.8	9	8.8	8.8	8.8	8.8	8.9	8.7	8.8	8.6	8.6
8	0.3	8.9	9.6	8.9	8.9	8.7	8.7	9	8.6	8.9	8.6	8.8
10	0.4	9.6	10.6	9.5	9.5	9.4	9.2	9.6	9.3	9.7	9.4	9.7
9	0.5	9.4	10.6	9.4	9.3	9.1	9.4	9.6	8.9	9.5	8.9	9.4
6	0.4	8.6	9.8	8.5	8.7	8.8	8.6	8.6	8.1	8.6	8.3	8.5
1	0.3	7.8	8.4	7.8	8	7.9	7.7	8.1	7.3	7.7	7.5	7.4
3	0.2	8.1	8.3	8	8.2	8.2	8	8.3	7.8	8.1	7.9	7.8
2	0.2	7.8	7.8	7.7	7.7	7.9	7.8	8.1	7.7	8.1	7.8	7.6
5	0.2	8.6	8.3	8.4	8.8	8.7	8.7	8.9	8.5	8.7	8.7	8.6
4	0.2	8.4	8.1	8.3	8.3	8.6	8.3	8.4	8.4	8.6	8.6	8.3

© UFSOR-EPITA-MULTIPOL

Matrix values here allow to evaluate and classify actions with respect to policies.

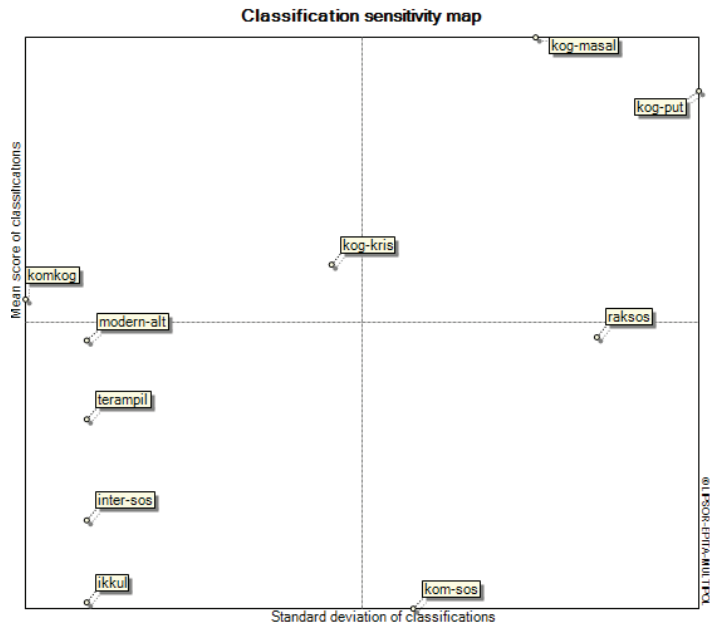
2. Profile map

This graph shows the policy score for every action. It corresponds to the evaluation matrix of actions with respect to policies.



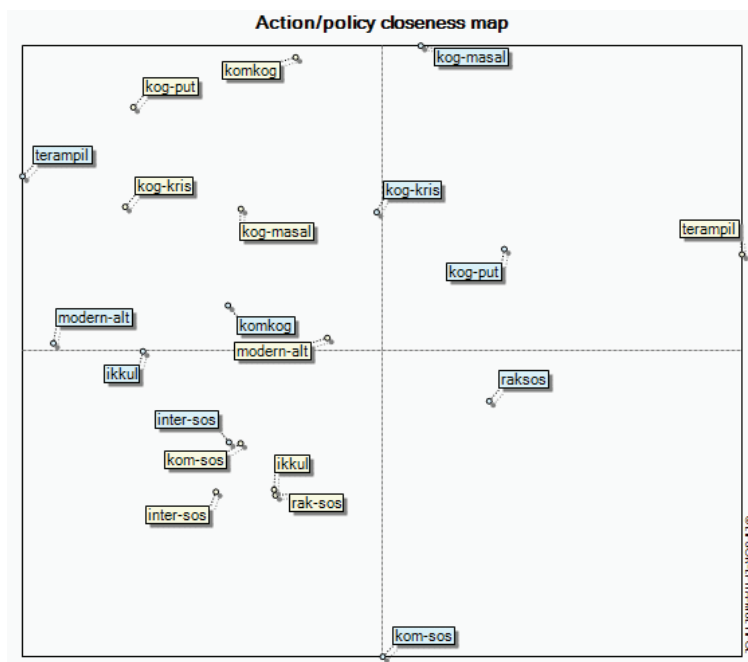
3. Classification sensitivity map

This map is derived from the 'evaluation of actions related to policies' matrix. It represents the action score on the x-axis and the standard deviation on the y-axis.



4. Action/policy closeness map

This map is derived from Correspondence Analysis (CA) on the matrix of evaluated actions related to policies.



IV. Study of policies related to scenarios

1. Evaluation of policies with respect to scenarios

This matrix holds the score of policies related to scenarios. In other words these are calculated applying the set of weights of the 'matrix evaluation of policies related to criteria' to the 'matrix of scenarios related to criteria'. Other information such as the mean, standard deviations and the rank of policies by scenarios can also be found in this matrix.

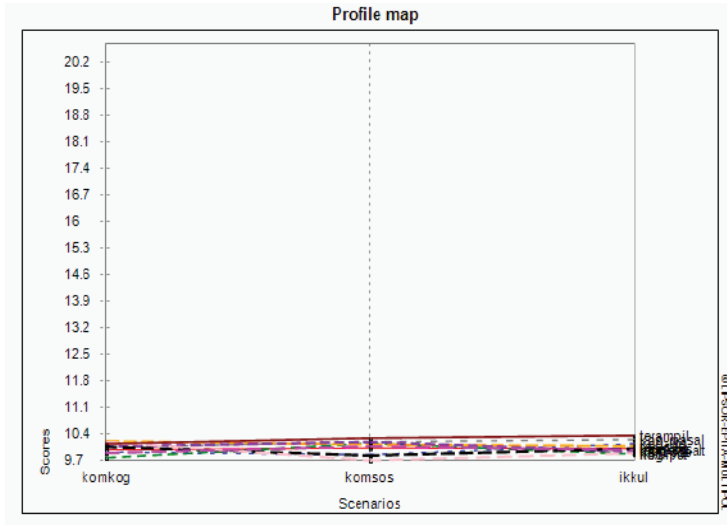
	komkog	komsos	ikkul	Moy.	Ec. Ty	Number
komkog	10	10.1	10	10	0	6
kog-kris	9.9	9.9	10.2	10	0.1	2
kog-masal	10.1	10.2	10.3	10.2	0.1	8
kog-put	9.8	10.2	9.9	9.9	0.2	1
rak-sos	10.2	10.1	10.1	10.2	0.1	8
kom-sos	10.1	10.2	9.9	10.1	0.1	7
inter-sos	10.1	9.9	10	10	0.1	4
ikkul	10.2	9.7	9.9	10	0.2	2
modern-alt	9.9	10.1	10	10	0.1	5
terampil	10.2	10.3	10.4	10.3	0.1	10

© LIPSOR-EPITA-MULTIPOL

Matrix values here allow to evaluate and classify policies with respect to scenarios.

2. Profile map

This graph shows the score of policies related to scenarios. It corresponds to the evaluation matrix of policies with respect to scénarios.



3. Classification sensitivity map

This map is derived from the 'evaluation of policies related to scenarios' matrix. It represents the policy score on the x-axis and the standard deviation on the y-axis.

