

PENGARUH CORPORATE ENTREPRENEURSHIP TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PERUSAHAAN KELUARGA DI JAWA TIMUR

Octavianus Rudy Santoso dan Ratih Indriyani
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: rudy21090@gmail.com; ranytaa@peter.ac.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat *Corporate Entrepreneurship*, komitmen organisasi, dan meneliti pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 134 karyawan tingkat manajerial pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Data untuk penelitian ini di peroleh melalui kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa *Corporate Entrepreneurship* sering dilakukan dalam perusahaan keluarga dan pada hasil statistik deskriptif komitmen organisasi menunjukkan komitmen organisasi masuk dalam kategori setuju. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa *Corporate Entrepreneurship* ditemukan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur

Kata Kunci— *Corporate Entrepreneurship*, Komitmen Organisasi, Perusahaan keluarga

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan antar perusahaan demokrasi demikian ketatnya. Dibutuhkan suatu inovasi dan strategi manajemen yang tepat agar perusahaan tersebut mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain baik dalam skala domestic maupun internasional. Setiap organisasi yang ingin berkembang dan bertahan dalam ketatnya persaingan, di tuntut untuk melakukan perubahan dalam organisasi dan meningkatkan kinerja organisasi serta kualitas sumber daya yang dimilikinya. Untuk itulah hampir semua organisasi baik yang baru berdiri, perusahaan besar dan rekanan dari perusahaan global selalu berusaha untuk memanfaatkan peluang pasar melalui perilaku entrepreneurial (Dess et al,1994)

Sikap dan perilaku entrepreneurial diperlakukan bagi semua perusahaan agar mereka bisa berkembang. Perusahaan harus mengembangkan kreativitas karyawan yang dapat memberikan kontribusi yang maksimal bagi perusahaan. Untuk mengembangkan dan memelihara daya kompetitif yang berlandaskan inovasi diperlukan suatu *corporate entrepreneurship*. *Corporate Entrepreneurship* bertujuan untuk pengembangan berbagai jenis inovasi yang dapat

meningkatkan nilai berperan penting dalam eksistensi perusahaan (Alterowitz,1988). Dengan *Corporate Entrepreneurship* perusahaan akan memperoleh kelebihan kompetitif sebagai landasan untuk pertumbuhan yang menguntungkan (Kuratko et all, 2001.2007)

Para *Entrepreneur* menerapkan *Corporate Entrepreneurship* yang berkewajiban meningkatkan produk – produk baru yang inovatif. Orang – orang yang melakukan inovasi tersebut disebut sebagai *Entrepreneur*; oleh karena itu, agar sukses entrepreneurship harus diimplementasikan dalam strategi perusahaan

Agar bisa memperoleh keberhasilan menggunakan *Corporate Entrepreneurship*, semua pihak yang ada dalam perusahaan harus sadar atas keberadaannya dan di dorong untuk menggunakannya. Tanpa kesadaran dan dorongan ini, perilaku entrepreneurial yang berhubungan dengan *Corporate Entrepreneurship* tidak akan bisa digunakan secara konsisten (Kuratko et.all.,2001). Strategi *Corporate Entrepreneurship* di tunjukan untuk mendukung perilaku strategic mana yang diijinkan. Strategi *Corporate Entrepreneurship* sebagai perilaku entrepreneurial yang diarahkan visi bertujuan dan secara berkesinambungan memberikan nyawa baru bagi organisasi dan membentuk lingkup operasi melalui pengenalan dan eksploitasi kesempatan entrepreneurial.

Corporate Entrepreneurship juga berlaku bagi perusahaan keluarga. Perusahaan keluarga sebagai suatu perusahaan yang terdiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan perlu menerapkan *Corporate Entrepreneurship* apabila agar tetap bertahan atau bahkan mengembangkan diri. Dengan karakteristik khas yang dimiliki perusahaan keluarga *Corporate Entrepreneurship* dapat menetapkan inovasi dan strategi entrepreneurial dengan tepat.

Dalam perusahaan keluarga di samping menciptakan inovasi dan menerapkan strategi entrepreneurship, *Corporate Entrepreneurship* juga harus dapat memberikan kepuasan kerja bagi karyawan karena kepuasan kerja merupakan cerminan perasaan pekerja terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja karyawan dapat terlihat dari sikap positif pekerja terhadap pekerjaan yang dihadapi dan lingkungannya. Karena adanya kepuasan kerja yang dimiliki karyawan, mereka akan bekerja dengan hati dan berusaha untuk megembangkan perusahaan melalui divis –divisinya. Oleh karena itu kepuasan kerja karyawan dapat mempengaruhi pengembangan perusahaan keluarganya. Inovasi- inovasi yang dilakukan pada masing – masing divisi akan mempengaruhi proses pengembangan perusahaan keluarga. Bisnis keluarga di Indonesia memiliki peran yang besar, dari 160 ribu perusahaan

yang ada di Indonesia 90% bisa di bilang adalah perusahaan keluarga. Grant Thornton Indonesia meneliti 250 perusahaan keluarga di Indonesia. Dari penelitian tersebut di temukan bahwa sebagian besar perusahaan keluarga bergerak di bidang perdagangan besar dan eceran (36%). Kemudian manufaktur dan distribusi (24%), jasa profesional (14%), dua jenis bidang usaha (13%), pertaian dan perikanan (4%), konstruksi (3%), keuangan dan real estate serta transportasi (2%), hotel dan hiburan serta jasa perusahaan (1%). (ybisnis.com, Agustus 2010)

Perkembangan usaha dan organisasi perusahaan sangatlah bergantung pada produktivitas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Dengan adanya pengaturan sumber daya manusia yang professional, diharapkan para tenaga kerja dapat bekerja secara produktif. Pengelolaan pegawai secara professional harus dilakukan sejak awal mulai dari perekrutan tenaga kerja, penyeleksian, pengklasifikasian, penempatan tenaga kerja sesuai dengan kemampuan, dan pengembangan karir.

Dalam lingkungan pekerjaan di perlukan sebuah komitmen yang kuat. Komitmen karyawan merupakan ikatan keterkaitan individu dengan organisasi, belkangan ini sering dibicarakan sebagai isu strategik (Djati dan Khusaini, 2003). Kurang nya komitmen dalam perusahaan di tuding sebagai perilaku tingginya buruk nya pelayanan. Komitmen karyawan terhadap organisasi ini harus dapat dipahami agar tercipta kondisi kerja yang kondusif sehingga perusahaan dapat berjalan efektif dan efisien. Jika seorang karyawan memiliki komitmen yang tinggi, maka karyawan akan merasa sungguh terlibat di dalam organisasi. Selain itu juga membuat karyawan tersebut memiliki keinginan untuk tetap bergabung bersama organisasi dalam jangka waktu yang lama. Dengan adanya suasana tersebut dapat membuat para pegawai rela menyumbangkan sesuatu bagi organisasi. Komitmen karyawan akan tumbuh jika karyawan dilibatkan secara langsung atau partisipasi mereka dalam aktivitas-aktivitas kerja penting untuk diperhatikan, karena dengan adanya keterlibatan pegawai akan menimbulkan rasa rela dan senang bekerja sama dengan baik dengan pimpinan maupun rekan kerja (Djati dan Khusaini, 2003).

Peningkatan kinerja yang berkesinambungan serta perwujudan komitmen yang kuat diperlukan dalam suatu organisasi, oleh karena itu faktor sumber daya manusia ini sangat dibutuhkan oleh organisasi untuk menunjang kelancaran kerja salam suatu organisasi. Dalam hal ini yang paling menunjang adalah sumber daya manusia, karena sumber daya manusia merupakan mahluk ciptaan tuhan yang paling sempurna karean di karuniai akal, perasaan, kemampuan dalam menjalankan tugas di dalam perusahaan.

Salah satu cara agar kita dapat melihat keterlibatan pegawai adalah dengan melihat partisipasi mereka dalam berbagai kesempatan pembuatan keputusan, yang dapat memberikan keyakinan pada pegawai bahwa merasa wajib untuk melaksanakan bersama apa yang telah di putuskan karena ada rasa keterikatan dengan yang diciptakan.

Menurut Hanes Riadi (2005), Pegawai yang memiliki komitmen yang tinggi memiliki nilai absensi yang rendah dan memiliki masa bekerja yang lebih lama dan cenderung bekerja keras. Tingginya komitmen para karyawan tersebut tidak terlepas dari rasa percaya pegawai akan baiknya perlakuan

manajemen terhadap mereka, yaitu adanya pendekatan manajemen terhadap sumber daya manusia sebagai asset berharga.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Dampak penelitian ini bagi perusahaan adalah untuk mengetahui dan mengukur besar pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Dengan mengetahui besarnya pengaruhnya tersebut maka perusahaan bisa menjadi lebih tahu hal apa yang harus dilakukan dalam meningkatkan *Corporate Entrepreneurship* agar perusahaan mampu terus berkembang dan berinovasi, selain itu dengan adanya komitmen organisasi yang tinggi maka kinerja karyawan yang merupakan aset terpenting dalam perusahaan akan semakin baik dan otomatis karyawan dapat menjadi loyal terhadap perusahaan dan tentunya perusahaan akan semakin maju berkembang apabila kinerja karyawannya semakin baik

Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang di ajukan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan tingkat *Corporate Entrepreneurship* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.
2. Mendeskripsikan komitmen organisasi terkait dengan *Corporate Entrepreneurship* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa Timur

II METODE PENELITIAN

Jenis Dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif. Penelitian kuantitatif eksplanatif adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variable - variabel penelitian melalui uji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat mengetahui berapa besar kontribusi variable - variabel bebas terhadap variable - variabel terikatnya serta besarnya arah hubungan yang terjadi (Sugiyono, 2010)

Populasi

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam melakukan penelitian ini, populasi yang digunakan adalah manager dan supervisor perusahaan keluarga di Jawa timur

Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 134 orang dari 11

perusahaan keluarga di Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. “*purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.” (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling* karena sample yang digunakan ditentukan berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Metode Pengumpulan Data

Menggunakan kuisioner. Kuisioner yang akan dibagikan dalam penelitian ini merupakan kuisioner yang bersifat tertutup dengan menggunakan skala *Likert* dimana jawaban responden telah dibatasi dengan menyediakan alternatif jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2010).

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur kesahihan suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan sah apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Dengan demikian sah adalah kesesuaian alat ukur. Pengujian ini menggunakan rumus korelasi dengan angka kasar yang ditemukan oleh Pearson (Sugiyono, 2010) seperti berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - \sum X (\sum Y)}{(\sum X^2 - (\sum X)^2 / N) \cdot (\sum Y^2 - (\sum Y)^2 / N)}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total

N = Cacah objek

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan terandal apabila jawaban seorang sampel terhadap pertanyaan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2010). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *Alpha* dari *Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum ob^2}{\sum ot^2} \right)$$

Keterangan:

α = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum ob^2$ = Jumlah varian butir

$\sum ot^2$ = Varian total

Teknik Analisis Data

Deskripsi tanggapan responden pada masing-masing variabel penelitian yaitu *Corporate Entrepreneurship* (X) dan *Komitmen Organisasi* (Y). Deskripsi jawaban responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan dan secara keseluruhan.

Pada penelitian ini, analisa faktor yang di gunakan adalah *confirmatory factor analysis (CFA)*, karena peneliti ingin menguji dimensionalitas konstruk karakteristik organisasi dan

konstruk *corporate entrepreneurship*. Langkah langkah melakukan CFA yang pertama adalah menguji teori tentang konstruk yang akan di ukur, lalu dari teori, diperoleh konsep teoritis dan definisi konstitutif (definisi secara teoritis) tentang konstruk yang akan diukur. Selanjutnya dapat diidentifikasi dimensi atau indikator indikator terukur sebagai refleksi atau manifest dari konstruk.

Analisa regresi linear sederhana digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila ada satu variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan yang diperoleh dari regresi sederhana adalah :

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = adalah subjek nilai dalam variabel terikat yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah koefisien regresi

X = subjek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu.

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Untuk mengetahui apakah *corporate entrepreneurship* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Komitmen organisasi* digunakan uji t, yaitu:

1. Merumuskan hipotesis statistik

Ho: $\beta_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel (X_i) tidak mempengaruhi variabel terikat (Y).

Ha: $\beta_1 \neq 0$, artinya ada pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel bebas (X_i) mempengaruhi variabel terikat (Y).

Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan statistik t. Nilai statistik t dihitung dari rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dijelaskan b_i adalah nilai koefisien regresi variabel i dan S_{b_i} adalah *standard error* variabel i.

2. Merumuskan nilai kritis (t_{tabel})

t_{tabel} dapat dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2.5\%$ atau 0.025 (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1, n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen.

3. Kriteria keputusan

Ho diterima dan Ha ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Tingkat signifikansi < 0.05

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan Keluarga

Ciri khas perusahaan keluarga dibandingkan bisnis lainnya terutama terletak pada kepemimpinan dan kontrol yang akan diwariskan pada generasi berikutnya. Kepemilikan yang signifikan oleh keluarga terjadi jika keluarga tersebut memilikinya secara keseluruhan atau sebagian besar dari

bisnis dan memegang peranan aktif dalam penyusunan strategi dan dalam operasional sehari-hari.

Perusahaan keluarga memiliki peran dominan dapat kita lihat dari keterlibatan anggota keluarga, komitmen yang tinggi, dan saling ketergantungan yang tinggi pula. Dibandingkan perusahaan publik, perusahaan keluarga pada umumnya cenderung memiliki sudut pandang jangka panjang terhadap bisnisnya. Hal ini agak berbeda dengan perusahaan publik yang seringkali banyak bertumpu pada pertimbangan-pertimbangan jangka pendek karena terkait dengan fluktuasi saham. Pemimpin dalam perusahaan keluarga mungkin memiliki pandangan yang berbeda dibandingkan karyawan, pelanggan, komunitas, maupun stakeholders penting lainnya, yang memberi dampak positif terhadap kualitas produk mereka. Memiliki nama dan produk membuat para pemimpin bisnis keluarga lebih sadar terhadap posisi mereka dalam komunitas, yang mendorong mereka untuk menjaga reputasi mereka. (<http://www.jakartaconsulting.com/art-05-02.htm>)

Grant Thornton Indonesia meneliti 250 perusahaan keluarga di Indonesia. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sebagian besar perusahaan keluarga bergerak di bidang perdagangan besar dan eceran (36%). Kemudian disusul manufaktur dan distribusi (24%), jasa profesional (14%), dua jenis bidang usaha (13%), pertanian dan perikanan (4%), konstruksi (3%) keuangan dan real estate serta transportasi (2%), hotel dan hiburan serta jasa perusahaan (1%).

Dilihat dari omzetnya, bisnis dan perusahaan keluarga sebagian besar memiliki omzet kurang dari Rp 500 juta pertahun. Sebanyak 37% perusahaan keluarga mengelola omzet kurang dari Rp 100 juta dan Rp 100-499 juta sebanyak 13% beromzet sebesar Rp 1 – 9,9 miliar, yang mengelola omzet Rp 500 – 999 juta sebanyak 8%, mengelola omzet sebesar 10-99,9 miliar sebanyak 3% dan sebanyak 2% mengelola omzet lebih dari Rp 100 miliar. Hal yang menarik adalah pada penelitian ini juga ditemukan sebagian besar (78%) bisnis dan perusahaan keluarga Indonesia sebanyak dipegang oleh pendiri. Sementara generasi kedua dan ketiga hanya 5% dan 2% saja. Sisanya (17%) dipegang oleh bukan anggota keluarga. Menurut Erwin Ariadharma Manager Corporate Consulting & Government Advisory Grant Thornton Indonesia, kondisi demikian menunjukkan selain perusahaan keluarga Indonesia umumnya masih muda juga sangat rentan akan perubahan. Mereka (para pendiri) umumnya belum memiliki pengalaman ketika memulai bisnisnya. Meski demikian, perusahaan keluarga di Indonesia telah menunjukkan gejala membaik. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya anggota keluarga yang mempunyai pengalaman kerja terlibat dalam perusahaan. Dari penelitian itu disebutkan bahwa sebagian besar mereka yang bergabung dengan perusahaan keluarga telah bekerja di tempat lain (57%). (<http://ybisnis.com/potret-bisnis-dan-perusahaan-keluarga-indonesia/>)

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Dalam penelitian yang membahas pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan keluarga di Jawa timur, penulis memilih beberapa sampel yang akan digunakan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel dari 134 orang yang berasal dari sebelas perusahaan keluarga di Jawa Timur. Terdapat beberapa kriteria sampel antara lain minimal telah

bekerja selama 1 tahun, perusahaan telah berdiri minimal 1 tahun, dan sampel berada pada tingkat manjerial dan supervisor.

Sebelas perusahaan yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini semuanya merupakan perusahaan manufaktur keluarga yang ada di Jawa Timur dengan skala industri menengah dan industri besar dengan badan hukum mulai dari UD dan PT. Sebelas perusahaan tersebut juga memiliki karyawan dengan jumlah yang berbeda mulai dari empat belas orang, bahkan ada juga yang memiliki karyawan dengan jumlah lebih dari 500 orang dengan rata-rata jam kerja 8 jam per hari. Dari sebelas sampel perusahaan tersebut, semuanya memiliki mesin produksi milik sendiri dengan rata-rata jam kerja mesin 8 jam per hari dan ketujuh perusahaan tersebut sudah menggunakan sistem komputerisasi dan jaringan internet.

Uji Validitas

Variabel *Corporate Entrepreneurship*

Diketahui bahwa setiap indikator pertanyaan yang menyusun variable *Corporate Entrepreneurship* menghasilkan nilai *pearson correlation* yang lebih besar dari 0,6 dan memiliki nilai sig yang lebih kecil daripada 0,05 sehingga indikator pertanyaan yang mengukur variabel penelitian tersebut dapat dinyatakan telah valid.

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Untuk *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Pembaharuan Strategis

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Pembaharuan (CE1)	0,713	0,000	Valid
Desain organisasi (CE2)	0,757	0,000	Valid
Konsep Pemasaran (CE3)	0,725	0,000	Valid
Menyesuaikan metode (CE4)	0,732	0,000	Valid
Strategi baru(CE5)	0,661	0,000	Valid

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Untuk *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Regenerasi Berkelanjutan

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Produk baru (CE6)	0,792	0,000	Valid
Membuat produk (CE7)	0,755	0,000	Valid
Pelayanan (CE8)	0,636	0,000	Valid

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Untuk *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Redefinisi Domain

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Kategori produk (CE9)	0,786	0,000	Valid
Menyusun kategori (CE10)	0,765	0,000	Valid
Pasar baru (CE11)	0,804	0,000	Valid
Mempromosikan (CE12)	0,792	0,000	Valid

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Untuk *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Pembaharuan Organisasional

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Daya saing (CE13)	0,734	0,000	Valid
Pembaharuan (CE14)	0,722	0,000	Valid
Peninjauan (CE15)	0,760	0,000	Valid
Layanan (CE16)	0,659	0,000	Valid

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Untuk *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Rekonstruksi Model Bisnis

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Atribut penawaran(CE17)	0,657	0,000	Valid
Segmen pasar(CE18)	0,645	0,000	Valid
Saluran distribusi (CE19)	0,700	0,000	Valid
Pendistribusian(CE20)	0,623	0,000	Valid
Kerja sama (CE21)	0,674	0,000	Valid
Tetapkan aktivitas (CE22)	0,716	0,000	Valid
Resiko financial (CE23)	0,707	0,000	Valid
Sumber dana (CE24)	0,605	0,000	Valid
Tau sumber dana(CE25)	0,556	0,000	Valid

Variabel Komitmen Organisasi

diketahui bahwa setiap indikator pertanyaan yang menyusun variabel komitmen organisasi dimensi Identifikasi menghasilkan nilai *pearson correlation* yang lebih besar dari 0,6 dan memiliki nilai sig yang lebih kecil daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pertanyaan yang mengukur variabel penelitian tersebut dapat dinyatakan telah valid.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Untuk Komitmen Organisasi Dimensi Identifikasi

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Tujuan bekerja (KO1)	0,772	0,000	Valid
Tujuan perusahaan (KO2)	0,725	0,000	Valid
Bangga pada perusahaan (KO3)	0,800	0,000	Valid
Pekerjaan sesuai (KO4)	0,733	0,000	Valid

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Untuk Komitmen Organisasi Dimensi Keterlibatan

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Aktif dalam perusahaan (KO5)	0,778	0,000	Valid
Melaksanakan tugas (KO6)	0,800	0,000	Valid
Menjalankan keputusan(KO7)	0,846	0,000	Valid
Memperbaiki kulaitas (KO8)	0,771	0,000	Valid

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Untuk Komitmen Organisasi Dimensi Loyalitas

Var	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Nyaman dalam perusahaan (KO9)	0,607	0,000	Valid
Berkorban (KO10)	0,707	0,000	Valid
Bekerja di perusahaan(KO11)	0,815	0,000	Valid
lembur(KO12)	0,663	0	Valid

UJI RELIABILITAS

Tabel 9 dan 10 di bawah menunjukkan bahwa besarnya nilai *cronbach's alpha* pada variabel *Corporate Entrepreneurship* dan variabel Komitmen Organisasi lebih besar dari nilai kritis 0,5 dengan demikian indikator pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Corporate Entrepreneurship*

Var	Cronchbach's Alpha	Keterangan
Pembaharuan strategis	0,762	Reliabel
Regenerasi berkelanjutan	0,535	Cukup Reliabel
Redefinisi Domain	0,793	Reliabel
Pembaharuan Organisasional	0,668	Reliabel
Rekonstruksi model bisnis	0,830	Sangat Reliabel

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komitmen Organisasi

Var	Cronchbach's Alpha	Keterangan
Identifikasi	0,750	Reliabel
Keterlibatan	0,810	Reliabel
Loyalitas	0,649	Reliabel

Deskripsi Jawaban Responden Variabel *Corporate Entrepreneurship*

Diketahui bahwa dari 134 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* di atas 3,5. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menduduki level manajerial secara total tergolong kategori sering.

Tabel 11
Tanggapan Responden Mengenai *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Pembaharuan Strategis

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
CE1	Perusahaan melakukan pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang telah dijalankan	2	5	3,93	Sering
CE2	Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan	2	5	3,86	Sering
CE3	Perusahaan menyesuaikan konsep pemasaran yang dibutuhkan	2	5	3,93	Sering
CE4	Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan	2	5	3,96	Sering
CE5	Perusahaan menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan	2	5	4,06	Sering

Total		2,00	5,00	3,94	Sering
-------	--	------	------	------	--------

Tabel 12
Tanggapan Responden Mengenai *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Regenerasi Berkelanjutan

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
CE6	Perusahaan memperkenalkan produk baru merupakan pembaharuan dari kategori produk (product category) yang sudah ada	2	5	3,93	Sering
CE7	Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar	1	5	3,44	Sering
CE8	Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru	2	5	3,91	Sering
Total		1,67	5,0	3,75	Sering

Tabel 13
Tanggapan Responden Mengenai *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Redefinisi Domain

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
CE9	Perusahaan menciptakan kategori produk (product category) yang baru pada pasar yang baru	1	5	3,84	Sering
CE10	Perusahaan menyusun ulang kategori produk (product category) yang sudah ada	1	5	3,76	Sering
CE11	Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan	2	5	4,00	Sering
CE12	Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya	2	5	3,93	Sering
Total		1,75	5,0	3,882	Sering

Tabel 14
Tanggapan Responden Mengenai *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Pembaharuan Organisasional

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
CE13	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan	1	5	3,81	Sering
CE14	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi	1	5	3,70	Sering
CE15	Perusahaan melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk/jasa jadi	2	5	3,73	Sering
CE16	Perusahaan melakukan pembaharuan layanan purna jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	1	5	3,49	Sering
Total		1,75	5,00	3,84	Sering

Tabel 15
Tanggapan Responden Mengenai *Corporate Entrepreneurship* Dimensi Rekonstruksi Model Bisnis

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
CE17	Perusahaan menentukan atribut penawaran produk/jasa berdasarkan kebutuhan pembeli, sehingga dapat dibedakan dengan produk/jasa perusahaan lain	1	5	3,78	Sering
CE18	Perusahaan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai target pembeli	1	5	3,86	Sering
CE19	Perusahaan memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai dengan produk/jasa dan target pembelinya	1	5	3,86	Sering
CE20	Perusahaan menentukan cakupan geografis pendistribusian produk/jasanya	2	5	3,68	Sering
CE21	Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik	1	5	4,02	Sering
CE22	Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha	2	5	3,86	Sering
CE23	Perusahaan mempelajari resiko financial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan	2	5	3,89	Sering
CE24	Perusahaan mencari model/metode terbaik dalam mengelola alur pemasukan dan pengeluaran sumber dana	2	5	3,97	Sering
CE25	Perusahaan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan usaha	2	5	3,84	Sering
Total		2,22	5,00	3,860	Sering

Variabel Komitmen Organisasi

Diketahui bahwa dari 134 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* di atas 3,5. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menduduki level manajerial secara total tergolong kategori setuju.

Tabel 16
Tanggapan Responden Mengenai Komitmen Organisasi Dimensi Identifikasi

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
KO1	Merasa memiliki tujuan bekerja yang sama dengan tujuan perusahaan	2	5	3,86	Setuju
KO2	Bersedia menyumbangkan sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan	2	5	4,00	Setuju
KO3	Merasa bangga dan ingin terus menjadi bagian dari perusahaan	1	5	3,92	Setuju
KO4	Yakin pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya	1	5	3,77	Setuju
Total		2,25	5,00	3,88	Setuju

Tabel 17
Tanggapan Responden Mengenai Komitmen Organisasi
Dimensi Keterlibatan

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
KO5	Bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan	1	5	4,00	Setuju
KO6	Bersedia melaksanakan semua penugasan yang diberikan	1	5	3,99	Setuju
KO7	Melaksanakan apa yang telah diputuskan, karena merasa memiliki keterlibatan dengan apa yang telah disetujui bersama	2	5	3,97	Setuju
KO8	Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan	2	5	3,95	Setuju
Total		1,50	5,00	3,97	Setuju

Tabel 18
Tanggapan Responden Mengenai Komitmen Organisasi
Dimensi Loyalitas

Var	Pertanyaan	Min	Max	Rata-rata	Ket
KO9	Merasa nyaman dan aman bekerja dalam organisasi	1	5	3,98	Setuju
KO10	Bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun	1	5	3,75	Setuju
KO11	Bersedia untuk tetap bekerja di perusahaan dalam jangka waktu yang lama	1	5	3,84	Setuju
KO12	Bersedia meluangkan waktu untuk bekerja lembur	1	5	3,75	Setuju
Total		1,25	5,00	3,83	Setuju

Analisis Faktor Corporate Entrepreneurship

Tabel 19
Uji Kelayakan Analisis Faktor

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,835
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	1,475E3
	300
	0,000

Terlihat angka KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) adalah 0,835 Oleh karena angka MSA diatas 0,5 sehingga terbukti bahwa hasil analisis faktor *Corporate Entrepreneurship* dalam penelitian ini layak digunakan.

Terdapat lima faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor 1 dengan nilai eigen sebesar 8,095; faktor 2 dengan nilai eigen sebesar 2,101; faktor 3 dengan nilai eigen sebesar 1,621; faktor 4 dengan nilai eigen sebesar 1,433, dan faktor 5 dengan nilai eigen sebesar 1,315. Dimana kelima faktor ini mempunyai nilai varians kumulatif 58,259% terhadap komunalitas. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 faktor atau dimensi utama yang dapat digunakan untuk memprediksi *corporate entrepreneurship*

Tabel 20
Penentuan Total Variance Explained Dari Variabel
Corporate Entrepreneurship

Component	Initial Eigenvalues		
	total	% of Variance	Cumulative %
1	8.095	32.379	32.379
2	2.101	8.403	40.783
3	1.621	6.485	47.267
4	1.433	5.73	52.997
5	1.315	5.262	58.259

Tabel 21
Pengelompokan Faktor Baru Berdasarkan Analisis
Corporate Entrepreneurship

Faktor1	CE1,CE6,CE8,CE13,CE14,CE21,CE22	Peningkatan daya saing dan kerjasama
Faktor2	CE7,CE10,CE11,CE15,CE16	Produk baru dan pelayanan
Faktor3	CE2,CE3,CE4,CE5	Penyesuaian desain, konsep, metode dan strategi baru
Faktor4	CE12,CE23,CE24,CE25	Promosi dan Keuangan
Faktor5	CE17,CE18,CE19,CE20	Pengembangan pasar dan distribusi

Analisis Faktor Variabel Komitmen Organisasi

Tabel 22
Uji Kelayakan Analisis Faktor

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,817
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	Df
	Sig.
	603,991
	66
	0,000

Terlihat angka KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) adalah 0,817 Oleh karena angka MSA diatas 0,5 sehingga terbukti bahwa hasil analisis faktor komitmen organisasional dalam penelitian ini layak digunakan.

Tabel 23
Penentuan Total Variance Explained dari Variabel
Komitmen Organisasi

Component	Initial Eigenvalues		
	total	% of Variance	Cumulative %
1	4,796	39,969	39,969
2	1,421	11,843	51,813
3	1,103	9,189	61,002

terdapat tiga faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor 1 dengan nilai eigen sebesar 4,796; faktor 2 dengan nilai eigen sebesar 1,421 dan faktor 3 dengan nilai eigen sebesar 1,103.

Dimana ketiga faktor ini mempunyai nilai varians kumulatif 61,002% terhadap komunalitas. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 faktor atau dimensi utama yang dapat digunakan untuk memprediksi komitmen organisasi.

Tabel 24
Pengelompokan Faktor Baru berdasarkan Analisis Komitmen Organisasi

Faktor 1	KO3,KO4,KO5,KO6,KO7,KO8	Kebanggaan, keyakinan, dan partisipasi dengan perusahaan
Faktor 2	KO1, KO2, KO12	Kesediaan berkorban untuk perusahaan
Faktor 3	KO9,KO10,KO11	Sikap loyalitas terhadap perusahaan

Analisis Pengaruh Regresi Linier Sederhana
Persamaan Regresi

Tabel 25
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Unstandardized Koefisien	
	B	Std error
Konstant	1,825	0,314
<i>Corporate Entrepreneurship</i>	0,540	0,081

Dari hasil tabel 25 dapat dibuat persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b X_1$$

$$Y = 1,825 + 0,540 X_1$$

Persamaan di atas dapat diartikan bahwa nilai konstan adalah sebesar 1,825 sehingga dapat diartikan bahwa apabila variabel terikat (komitmen organisasi) tidak mendapatkan pengaruh dari variabel bebas (*Corporate Entrepreneurship*) maka nilai variabel komitmen organisasi adalah sebesar 1,825. Selain itu juga dari persamaan di atas dapat diperoleh angka koefisien regresi variabel *Corporate Entrepreneurship* adalah sebesar 0,540 artinya apabila variabel *Corporate Entrepreneurship* meningkat sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel komitmen organisasi sebesar kelipatan dari 0,540.

Nilai Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 26
Nilai R dan R Square

R	R Square
0,501	0,251

Dari tabel 26 hasil koefisien korelasi R diperoleh nilai sebesar 0,501 hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Entrepreneurship* memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap komitmen organisasi.

Dari hasil Koefisien determinasi R² dapat diperoleh nilai sebesar 0,251 hasil ini menunjukkan bahwa variabel komitmen organisasi dapat dijelaskan dengan variabel *Corporate Entrepreneurship* sebesar 25,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% variabel komitmen organisasi dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya motivasi kerja, kepemimpinan, kepuasan kerja, dan lain-lain.

Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dengan ketentuan jika t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 (α=5%), maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 27
Nilai t-value

Variabel	t-value	Sig.
Konstant	5,820	0,000
<i>Corporate Entrepreneurship</i>	6,647	0,000

Ho ditolak dan H1 diterima apabila t_{hitung} > t_{tabel} atau -t_{hitung} < -t_{tabel}

Dari Tabel 27 Di atas juga diperoleh nilai t-value sebesar 6,647 yang mana lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,978 selain itu juga nilai sig. diperoleh sebesar 0,000 yang mana lebih kecil daripada nilai α 0,05 sehingga hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian nilai t menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel *Corporate Entrepreneurship* dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, bahwa dengan meningkatnya *Corporate Entrepreneurship* maka komitmen organisasi juga akan mengalami peningkatan secara signifikan.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat di rangkum berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Entrepreneurship* pada perusahaan keluarga secara keseluruhan sering dilakukan dalam perusahaan keluarga di Jawa Timur. Hal ini dapat dilihat dari hasil deskripsi jawaban responden melalui dimensi pembaharuan strategis, dimensi regenerasi berkelanjutan, dimensi redefinisi domain, dimensi pembaharuan organisasional, dan dimensi rekonstruksi model bisnis.
2. Komitmen karyawan terhadap organisasi pada perusahaan keluarga secara keseluruhan masuk dalam kategori setuju itu berarti karyawan tingkatan manajerial pada perusahaan keluarga telah menerapkan komitmen organisasi. Hal ini dapat dilihat dari hasil deskripsi jawaban responden melalui dimensi identifikasi, dimensi keterlibatan, dan dimensi loyalitas.
3. Dari hasil pengelompokan analisa faktor pada variabel *Corporate Entrepreneurship* di bentuk lima nama baru yaitu: Peningkatan daya saing dan kerjasama; Produk baru dan pelayanan; Penyesuaian desain, konsep, metode dan strategi baru; Promosi dan Keuangan; dan Pengembangan pasar dan distribusi. Sedangkan pada variabel komitmen organisasi di bentuk tiga nama baru yaitu: Kebanggaan, keyakinan, dan partisipasi dengan perusahaan; Kesediaan berkorban untuk perusahaan; dan Sikap loyalitas terhadap perusahaan. Dari hasil analisa faktor dilakukan regresi linier sederhana dan mendapatkan hasil bahwa *Corporate Entrepreneurship* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

komitmen organisasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya tingkat *Corporate Entrepreneurship* dapat meningkatkan pula komitmen karyawan terhadap organisasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel *corporate entrepreneurship* masih terdapat dimensi yang perlu ditingkatkan. Pada dimensi pembaharuan strategis sebaiknya perusahaan melakukan penyesuaian dengan melakukan struktur ulang organisasi agar *corporate entrepreneurship* dapat terwujud dengan baik. Pada dimensi regenerasi berkelanjutan sebaiknya perusahaan mengeluarkan produk baru yang lebih inovatif dari produk sebelumnya. Pada dimensi redefinisi domain sebaiknya perusahaan mengatur kategori produk agar tidak ada produk yang sama dan membuka pasar yang baru untuk memperluas jaringan perusahaan. Pada dimensi pembaharuan organisasional sebaiknya perusahaan melakukan peninjauan langsung ke lokasi sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Pada dimensi rekonstruksi model bisnis sebaiknya perusahaan melakukan observasi wilayah agar kegiatan pengiriman produk dapat berjalan dengan lancar.
2. Pada penilaian variabel komitmen organisasi perusahaan masih perlu meningkatkan rasa memiliki terhadap perusahaan, dengan mempunyai rasa memiliki karyawan akan loyal memberikan sikap loyalitas terhadap perusahaan dengan adanya loyalitas maka karyawan akan memperbaiki kualitas pekerjaan dengan mau berkorban dan melakukan pekerjaan semaksimal mungkin untuk mencapai hasil terbaik.
3. Sebagian besar para responden dari perusahaan keluarga di Jawa Timur memiliki penilaian positif mengenai *corporate entrepreneurship* dan komitmen organisasi. Oleh karena itu, sangat penting bagi manajemen perusahaan keluarga di Jawa Timur tersebut untuk terus menjaga konsistensi dalam meningkatkan *corporate entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi agar terus termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, R. (1997). The relationship of vertical and horizontal individualism and collectivism to intrapreneurship and organizational commitment. Nova Southeastern University, Fort Lauderdale, USA
- Bungin, B. (2007) *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group: Jakarta
- Christensen, Karina Skovvang (2004). A Classification of the Corporate Entrepreneurship Umbrella: Labels and Perspectives. *Jurnal Corporate Entrepreneurship*
- Djati, S Pantja & M. Khusaini. (Maret, 2003). Kajian terhadap kepuasan dan kompensasi, komitmen organisasi, dan prestasi kerja. *Jurnal Manajemen & kewirausahaan*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gujarati, D, N. (2006). *Essential of Econometrics*. Third Edition. Massachussets. Boston.
- Retrieved from <http://www.jakartaconsulting.com/art-05-02.htm> access date 8 July 2013
- Retrieved from <http://ybisnis.com/potret-bisnis-dan-perusahaan-keluarga-indonesia/> access date 9 April 2013
- Johnson, N. And Wichern, D. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Kristanto HC, R Heru. (2009) *Kewirausahaan (Entrepreneurship): Pendekatan Manajemen dan Praktik: Graha Ilmu*
- Kuncoro, M. (2003) *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009) *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis*. Jakarta : Erlangga.
- Kuratko et all (2001). *Foundations and Trends in Entrepreneurship: Corporate Entrepreneurship*
- Luthans, F. (2007). *Organizational Behavior* (11th ed). Singapore: Mc Graw Hill Company.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation* (4th ed). USA: Pearson Prentice Hall.
- Mowday, R T. ,Porter, L W., & Steers, R M. (1999). *Employee-organizational linkages: the psychology of commitment, absenteeism, and turn over*. New York: Academi Press
- Panggabean, M, (2001), Perbedaan Komitmen Organisasional Berdasarkan Karakteristik Individu, *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 1.
- Robbins, S. P. & Judge, T.A. (2008) *Perilaku Organisasi* (12th Ed). Jakarta : Salemba Empat
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku organisasi* (10th Ed). Jakarta : PT. Index.
- Santosa, G. R. (2004), *Statistik*, Penerbit Andy, Yogyakarta.
- Santoso, Singgih. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sukarno, G. 2004. Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan. *Ventura*. Volume 7 Nomor 3.
- Susanto, AB. (2005). *World class family business: Membangun perusahaan keluarga berkelas dunia*. Jakarta: Penerbit Quantum Bisnis & Manajemen (PT Mizan Pustaka)
- Triton, 2005, SPSS 13.0, *Terapan Riset Statistik Parametrik*. PT. Andi, Yogyakarta
- Umar, H., (2003). *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Jakarta: UPP STIM YKPN.
- Zainuddin, Sri Kuntjoro. 2002. *Komitmen Organisasi*
- Zehir, Cemal & Dili, Busra Mucel The impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment. *Jurnal Komitmen Organisasi*