

PENGARUH *CORPORATE ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI JAWA TIMUR

Andrea Utomo dan Ratih Indriyani
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: andre_09183@yahoo.com ; ranytaa@peter.petra.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *Corporate Entrepreneurship*, komitmen organisasi dan meneliti pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 80 yaitu manajer dan supervisor pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Kesimpulan dari hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa *Corporate Entrepreneurship* yang sudah di uji kepada responden menjawab dengan nilai mean sering. Pada komitmen organisasi para responden menjawab dengan nilai mean setuju. *Corporate Entrepreneurship* ditemukan dapat meningkatkan komitmen organisasi secara positif dan signifikan pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.

Kata Kunci: *Corporate Entrepreneurship*, Komitmen Organisasi, Perusahaan Manufaktur

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi bisnis saat ini semakin banyak perusahaan yang bersaing untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya di lingkungan bisnis yang semakin ketat persaingannya. Kondisi tersebut menuntut setiap perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kemampuannya menghadapi kompetisi bisnis yang ada. Setiap perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan dalam ketatnya persaingan dunia bisnis perlu melakukan sebuah perubahan demi mempertahankan kelangsungan dan kemajuan perusahaan di masa depan. Setiap perusahaan tentu memiliki tujuan sebagai misi yang ingin dicapai dalam menjalankan perusahaannya, untuk mencapai tujuan organisasi dibutuhkan sumberdaya yang mampu mendukung tercapainya tujuan tersebut. Sumberdaya manusia merupakan salah satu asset organisasi yang menjadi tulang punggung suatu organisasi dalam menjalankan aktivitasnya dan sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kemajuan organisasi (Marimin, 2004). Dapat dikatakan juga sebagai potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang *adaptif* dan *transformative* yang mampu mengelola dirinya serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan.

Sumber daya manusia juga dapat diartikan sebagai potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi

organisasi. Dalam pengertian praktis sehari-hari, sumber daya manusia lebih dapat dimengerti sebagai bagian dari sistem yang membentuk suatu organisasi. Sumber daya manusia yang unggul akan menjadi solusi yang sangat tepat, untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk memilih orang-orang yang memiliki kompetensi unggul untuk masuk kedalam perusahaan atau organisasinya, dalam hal ini orang-orang yang dimaksud adalah orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan yang kaya akan ide, konsep, wawasan, dan gambaran akan sebuah produk, jasa, atau proses yang sifatnya baru. Pada dasarnya sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan adalah individu yang memiliki jiwa kewirausahaan yang dapat memberikan banyak ide ataupun inovasi baru untuk memperbaiki pengelolaan perusahaan sehingga dapat terus bertahan dan beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang semakin maju.

Kuratko (2001) mengungkapkan *corporate entrepreneurship* merupakan proses atau aktivitas *entrepreneurial* yang dilakukan individu atau kelompok di sebuah organisasi dan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi individu dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan khususnya kelangsungan hidup organisasi. Penerapan *corporate entrepreneurship* diharapkan dapat mengenali dan memanfaatkan peluang-peluang bisnis guna mempertahankan eksistensi, pertumbuhan, dan daya saing di dalam dunia bisnis. Dalam membangun kewirausahaan di dalam perusahaan, kepemimpinan memegang peranan yang sangat penting. Dalam hal ini karyawan atau individu dituntut mampu bertindak layaknya seorang *Entrepreneur* yang berhasil dan berkarakter kuat.

Sharma dan Chrisman (1999) mengungkapkan *corporate entrepreneurship* bisa menghasilkan inovasi melalui pemanfaatan pasar baru, penawaran produk baru, atau keduanya. Pembaruan strategis adalah usaha-usaha mewujudkan kewirausahaan dalam perusahaan yang menghasilkan perubahan signifikan dalam bisnis organisasi, struktur, dan strategi. Perubahan ini akan mengubah hubungan yang telah dibangun sebelumnya dalam organisasi atau antara organisasi dengan lingkungan eksternal. Selain itu *corporate entrepreneurship* perlu didukung oleh budaya yang mendorong kreativitas dan gairah untuk berinovasi. Pemimpin dan manajer perusahaan juga berperan penting dalam kesuksesan *corporate entrepreneurship* dan dalam menciptakan organisasi yang kondusif bagi tumbuhkembangnya inisiatif-inisiatif kewirausahaan.

Di dalam mencapai tujuan organisasi kita harus menyadari bahwa tidak hanya dibutuhkan sumber daya yang mendukung tetapi juga dibutuhkan komitmen dalam organisasi dan keinginan yang kuat dalam pencapaian tujuan organisasi tersebut. Semakin kuat konsistensi manajemen perusahaan akan mendorong kegiatan kewirausahaan perusahaan, maka semakin kuat praktik structural organisasi dalam menjalankan kewirausahaan perusahaan. Komitmen organisasi yang tentu didukung oleh komitmen masing-masing individu disini juga menjadi faktor utama yang sangat penting untuk menjamin tercapainya suatu tujuan organisasi dengan baik. Namun membentuk komitmen organisasi secara keseluruhan melalui komitmen individu bukanlah perkara yang mudah, dan apakah *corporate entrepreneurship* memiliki peranan dalam terbentuknya komitmen organisasi.

Robbins (2001), berpendapat komitmen pada organisasi merupakan suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaan dalam organisasi itu.

Mathis dan Jackson (2006), berpendapat komitmen organisasi merupakan tingkatan dimana karyawan percaya dan menerima tujuan organisasional serta berkeinginan untuk selalu bersama organisasi tersebut. Komitmen organisasi merupakan suatu perasaan keterikatan yang dimiliki oleh karyawan sehingga karyawan tersebut tetap berada dalam organisasi untuk mencapai visi, misi dan tujuan organisasinya, sehingga karyawan tersebut tidak bersedia untuk meninggalkan organisasinya dengan alasan apapun. Usaha membangun komitmen digambarkan sebagai usaha untuk menjalin suatu hubungan jangka panjang.

Richard M (2002), menyatakan komitmen organisasi di bagi memiliki tiga aspek utama yaitu:

1. Identifikasi

Identifikasi dengan organisasi yaitu penerimaan tujuan organisasi, dimana penerimaan ini merupakan dasar komitmen organisasi. Identifikasi karyawan tampak melalui sikap menyetujui kebijaksanaan organisasi, kesamaan nilai-nilai pribadi dan nilai-nilai organisasi, rasa kebanggaan menjadi bagian dari bagian organisasi. Identifikasi yang mewujudkan dalam bentuk kepercayaan pegawai terhadap organisasi, dapat dilakukan dengan memodifikasi tujuan organisasi, sehingga mencakup beberapa tujuan pribadi para karyawan ataupun dengan kata lain organisasi memasukkan pula kebutuhan dan keinginan karyawan dalam tujuan organisasinya. Hal ini akan membuahkan suasana saling mendukung diantara karyawan dengan organisasi. Suasana tersebut akan membawa pegawai dengan rela menyumbangkan sesuatu bagi tercapainya tujuan organisasi, karena karyawan menerima tujuan organisasi yang dipercaya telah disusun demi memenuhi kebutuhan pribadi mereka pula.

2. Keterlibatan

Keterlibatan sesuai peran dan tanggung jawab pekerjaan diorganisasi tersebut. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan menerima hampir semua tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang diberikan kepadanya. Keterlibatan atau partisipasi Karyawan dalam aktivitas-aktivitas kerja penting untuk diperhatikan karena adanya keterlibatan pegawai menyebabkan pegawai akan mau dan senang berkerja sama baik dengan pimpinan ataupun dengan sesama teman kerja. Salah satu cara yang dapat dipakai untuk memancing

keterlibatan karyawan adalah dengan memancing partisipasi mereka dalam berbagai kesempatan pembuatan keputusan, yang dapat menumbuhkan keyakinan pada karyawan bahwa apa yang telah diputuskan adalah merupakan keputusan bersama. Disamping itu, karyawan merasakan bahwa mereka diterima sebagai bagian yang utuh dari organisasi, dan konsekuensi lebih lanjut, mereka merasa wajib untuk melaksanakan bersama apa yang telah diputuskan karena adanya rasa keterikatan dengan apa yang mereka ciptakan.

3. Loyalitas

Karyawan dengan komitmen tinggi merasakan adanya loyalitas dan rasa memiliki terhadap organisasi. Loyalitas karyawan terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi, kalau perlu dengan mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Keadaan pegawai untuk mempertahankan diri bekerja dalam organisasi adalah hal yang penting dalam menunjang komitmen pegawai terhadap organisasi dimana mereka bekerja. Hal ini dapat diupayakan bila pegawai merasakan adanya keamanan dan kepuasan di dalam organisasi tempat ia bergabung untuk bekerja.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui dan meninjau seberapa besar peranan *Corporate Entrepreneurship*. Karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi sebagai pegawai akan melakukan pekerjaannya dengan baik. Dengan ditandai dengan sikap: menerima dengan baik terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi, kesiapan dan kesediaan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh atas nama organisasi dan keinginan untuk mempertahankan keanggotaan di dalam organisasi.

Rumusan Masalah

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

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan *Corporate Entrepreneurship* pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.
2. Mendeskripsikan komitmen organisasi pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Entrepreneurship* terhadap komitmen organisasi pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Sugiyono (2009). Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner. Kuesioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan survei dengan menyebarkan kuisioner. Menurut Malhotra, (2004) Survei adalah “pemberian kuisioner terstruktur kepada responden, yang didesain untuk mengumpulkan informasi secara spesifik”. Pengertian teknik kuisioner adalah “teknik pengumpulan data terstruktur yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, baik pertanyaan tertulis maupun verbal yang dijawab oleh responden.

Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah manajer dan supervisor pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. Populasi itu sendiri menurut Sugiyono (2009) 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. Sedangkan sampel penelitian dikatakan oleh Sugiyono (2009) bahwa pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 80 orang meliputi manajer dan supervisor pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer saja, dimana menurut Kuncoro (2009) data primer adalah data yang didapatkan dari sumber informasi yang pertama. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau obyek penelitian. Data yang diperoleh dari sumber pertama baik dan individu maupun perseorangan dengan penyebaran kuisioner dan hasil wawancara. Sumber data primer yang digunakan dalam melakukan penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada karyawan di perusahaan manufaktur.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Faktor Konfirmatori

Menurut Widarjono (2010) Analisa Konfirmatori dapat digambarkan dalam bentuk persamaan:

2. Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah metode sampling yang digunakan memenuhi syarat atau tidak. Rumusan uji KMO adalah:

$$KMO = \frac{\sum_i \sum_{j \neq i} r_{ij}^2}{\sum_i \sum_{j \neq i} r_{ij}^2 + \sum_i \sum_{j \neq i} a_{ij}^2};$$

$i = 1, 2, \dots, p; j = 1, 2, \dots, p$

Dimana: r_{ij} = Koefisien korelasi sederhana antara peubah i dan j

a_{ij} = Koefisien korelasi parsial antara peubah i dan j

Penilaian uji KMO dari matrik antar peubah adalah sebagai berikut:

- a. $0,9 < KMO \leq 1,00 \rightarrow$ data sangat baik untuk analisis faktor
- b. $0,8 < KMO \leq 0,9 \rightarrow$ data baik untuk analisis faktor

- c. $0,7 < KMO \leq 0,8 \rightarrow$ data agak baik untuk analisis faktor
- d. $0,6 < KMO \leq 0,7 \rightarrow$ data lebih dari cukup untuk analisis faktor
- e. $0,5 < KMO \leq 0,6 \rightarrow$ data cukup untuk analisis faktor
- f. $KMO \leq 0,5 \rightarrow$ data tidak layak untuk analisis faktor

3. Total Variance Explained

Nilai ini berdasarkan pada nilai eigenvalue. Secara umum, banyaknya faktor yang harus diambil berdasarkan pada nilai eigenvalue > 1 .

4. Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix adalah nilai *loading factor* dari setiap variabel (Widarjono, 2010). *Loading factor* merupakan besarnya korelasi antara factor score dan variabel tersebut. Identifikasi variabelnya di lihat dari jika nilai *loading factornya* lebih dari 0,5 dan tanpa memperdulikan tanda $+ / -$, setelah banyaknya faktor yang terbentuk diketahui, langkah berikutnya adalah memberi nama pada setiap faktor yang terbentuk.

5. Analisa Regresi Linear Sederhana

Persamaan yang diperoleh dari regresi sederhana adalah : $Y = a + b X + e$

Keterangan:

Y = komitmen organisasi

a = harga konstan

b = angka arah koefisien regresi

e = error term

X = *corporate entrepreneurship*

Harga a di hitung dengan rumus

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

Harga b di hitung dengan rumus

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ada 5 dimensi untuk hasil uji valid dalam *Corporate Entrepreneurship*, yaitu dimensi Pembaharuan Strategis, dimensi Regenerasi Berkelanjutan, dimensi Redefinisi Domain, dimensi Pembaharuan Organisasional dan dimensi Rekonstruksi Model Bisnis. Berikut ini adalah tabel yang mewakili kelima dimensi tersebut :

Hasil Uji Validitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Strategis

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
CE1	0,821	0,000	Valid
CE2	0,683	0,000	Valid
CE3	0,761	0,000	Valid
CE4	0,744	0,000	Valid
CE5	0,746	0,000	Valid

Hasil Uji Validitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Regenerasi Berkelanjutan

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
CE6	0,723	0,000	Valid
CE7	0,737	0,000	Valid
CE8	0,653	0,000	Valid

Hasil Uji Validitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Redefinisi Domain

Var	Person Correlation	Sig	Keterangan
CE9	0,834	0,000	Valid
CE10	0,765	0,000	Valid
CE11	0,821	0,000	Valid
CE12	0,848	0,000	Valid

Hasil Uji Validitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Organisasional

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
CE13	0,733	0,000	Valid
CE14	0,739	0,000	Valid
CE15	0,737	0,000	Valid
CE16	0,709	0,000	Valid

Hasil Uji Validitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Rekonstruksi Model Bisnis

Var	Person Correlation	Sig	Keterangan
CE17	0,666	0,000	Valid
CE18	0,704	0,000	Valid
CE19	0,535	0,000	Valid
CE20	0,720	0,000	Valid
CE21	0,429	0,000	Valid
CE22	0,567	0,000	Valid
CE23	0,756	0,000	Valid
CE24	0,627	0,000	Valid
CE25	0,623	0,000	Valid

Berdasarkan keseluruhan tabel di atas, pada indikator pertanyaan yang menyusun variable *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Strategis 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.

Hasil Uji Validitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Identifikasi

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
KO1	0,666	0,000	Valid
KO2	0,736	0,000	Valid
KO3	0,687	0,000	Valid
KO4	0,746	0,000	Valid

Hasil Uji Validitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Keterlibatan

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
KO5	0,632	0,000	Valid
KO6	0,731	0,000	Valid
KO7	0,826	0,000	Valid
KO8	0,753	0,000	Valid

Tabel Hasil Uji Validitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Loyalitas

Var	Pearson Correlation	Sig	Keterangan
KO9	0,697	0,000	Valid
KO10	0,755	0,000	Valid
KO11	0,791	0,000	Valid
KO12	0,808	0,000	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas komitmen organisasi untuk dimensi Identifikasi, dimensi Keterlibatan dan dimensi Loyalitas, pada indikator pertanyaan yang menyusun variabel komitmen organisasi ketiga dimensi tersebut 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.

Berikut ini adalah tabel Uji Reliabilitas untuk *corporate entrepreneurship* dalam lima dimensi:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Strategis

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Pembaharuan strategis	0.799	Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Regenerasi Berkelanjutan

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Regenerasi berkelanjutan	0.492	Cukup Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Redefinisi Domain

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Redefinisi Domain	0.831	Sangat Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Organisasional

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Pembaharuan Organisasional	0.706	Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk *Corporate Entrepreneurship* dimensi Rekonstruksi Model Bisnis

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Rekonstruksi model bisnis	0.804	Reliabel

Berdasarkan tabel-tabel di atas, nilai *cronbach's alpha* pada variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi-dimensi tersebut lebih besar dari nilai kritis 0.6, dengan demikian indikator pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dapat dinyatakan telah reliabel. Berikut ini adalah tabel uji reliabilitas untuk komitmen organisasi dalam tiga dimensi yang berbeda:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Identifikasi

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Identifikasi	0.661	Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Keterlibatan

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Keterlibatan	0.718	Reliabel

Tabel Hasil Uji Reliabilitas untuk Komitmen Organisasi dimensi Loyalitas

Var	CronchBach's Alpha	Keterangan
Loyalitas	0.761	Reliabel

Berdasarkan tabel-tabel di atas, nilai *cronbach's alpha* pada variabel komitmen organisasi untuk dimensi-dimensi tersebut lebih besar dari nilai kritis 0,6, dengan demikian indikator pertanyaan yang membentuk variabel penelitian dapat dinyatakan telah reliabel.

Kategori Rata – Rata Jawaban Responden Corporate Entrepreneurship

Interval Rata-Rata Skor	Kriteria Setiap Variabel
1 – 1,8	Sangat tidak sering
1,9 – 2,6	Tidak sering
2,7 – 3,4	Netral
3,5 – 4,2	Sering
4,3 – 5	Sangat sering

Berikut ini Tabel Statistik deskriptif *Corporate Entrepreneurship*:

Statistik Deskriptif Corporate Entrepreneurship

Var	Pernyataan	N	Mean	Keterangan
CE1	Perusahaan melakukan pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang telah dijalankan	80	3.77	Sering
CE2	Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan	80	3.72	Sering
CE3	Perusahaan menyesuaikan konsep pemasaran yang dibutuhkan	80	3.97	Sering
CE4	Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan	80	4.05	Sering
CE5	Perusahaan menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan	80	4.04	Sering
CE6	Perusahaan memperkenalkan produk baru merupakan pembaharuan dari kategori produk (<i>product category</i>) yang sudah ada	80	4.01	Sering
CE7	Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar	80	3.49	Netral
CE8	Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru	80	4.06	Sering
CE9	Perusahaan menciptakan kategori produk (<i>product category</i>) yang baru pada pasar yang baru	80	3.70	Sering
CE10	Perusahaan menyusun ulang kategori produk (<i>product category</i>) yang sudah ada	80	3.72	Sering
CE11	Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan	80	4.02	Sering
CE12	Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya	80	4.02	Sering
CE13	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan	80	3.99	Sering
CE14	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi	80	3.76	Sering
CE15	Perusahaan melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk/jasa jadi	80	3.88	Sering

CE16	Perusahaan melakukan pembaharuan layanan purna jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	80	3.89	Sering
CE17	Perusahaan menentukan atribut penawaran produk/jasa berdasarkan kebutuhan pembeli, sehingga dapat dibedakan dengan produk/jasa perusahaan lain	80	3.86	Sering
CE18	Perusahaan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai target pembeli	80	3.95	Sering
CE19	Perusahaan memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai dengan produk/jasa dan target pembelinya	80	4.00	Sering
CE20	Perusahaan menentukan cakupan geografis pendistribusian produk/jasanya	80	3.79	Sering
CE21	Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik	80	4.09	Sering
CE22	Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha	80	3.67	Sering
CE23	Perusahaan mempelajari resiko financial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan	80	3.85	Sering
CE24	Perusahaan mencari model/metode terbaik dalam mengelola alur pemasukan dan pengeluaran sumber dana	80	3.92	Sering
CE25	Perusahaan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan usaha	80	3.92	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan mengenai nilai mean tertinggi yaitu dengan nilai 4.09 bahwa “Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik”. Bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur dapat menjalin hubungan yang baik dengan supplier, distributor, partner bisnis agar dapat menjalankan usahanya dengan baik. Sedangkan nilai mean terendah yaitu dengan nilai 3.49 bahwa “Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar”. Bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur kurang melakukan produk – produk yang baru. Seharusnya perusahaan meningkatkan kualitas pembaharuan produk yang baru agar perusahaan manufaktur di Jawa Timur dapat berkembang dengan baik.

Berikut ini adalah tabel tanggapan responden mengenai *Corporate Entrepreneurship* dalam dimensi yang berbeda:

Tabel Tanggapan responden mengenai Corporate Entrepreneurship dimensi Pembaharuan Strategis

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
CE1	Perusahaan melakukan pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang telah dijalankan.	2	5	3.77	Sering
CE2	Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan	2	5	3.72	Sering
CE3	Perusahaan menyesuaikan konsep pemasaran yang dibutuhkan	3	5	3.97	Sering
CE4	Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan	3	5	4.05	Sering
CE5	Perusahaan menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan	3	5	4.04	Sering
Total		2.80	5.00	3.9125	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Strategis sebesar

3,9125. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam pembaharuan strategi yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori sering.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi pembaharuan strategi yaitu “Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan” dengan mean 4.05 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi pembaharuan strategi yaitu “Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan” dengan mean 3.72 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan.

Tabel Tanggapan responden mengenai Corporate Entrepreneurship dimensi Regenerasi Berkelanjutan

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
CE6	Perusahaan memperkenalkan produk baru merupakan pembaharuan dari kategori produk (<i>product category</i>) yang sudah ada	2	5	4.01	Sering
CE7	Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar	2	5	3.49	Netral
CE8	Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru	3	5	4.06	Sering
Total		2.33	5.00	3.8542	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi Regenerasi Berkelanjutan sebesar 3,8542. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam regenerasi berkelanjutan yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori sering.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi regenerasi berkelanjutan yaitu “Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru” dengan mean 4.06 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi pembaharuan strategi yaitu “Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar” dengan mean 3.49 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur netral menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan.

Tabel Tanggapan responden mengenai Corporate Entrepreneurship dimensi Redefinisi Domain

Dimensi	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
CE9	Perusahaan menciptakan kategori produk (<i>product category</i>) yang baru pada pasar yang baru	2	5	3.70	Sering
CE10	Perusahaan menyusun ulang kategori produk (<i>product category</i>) yang sudah ada	2	5	3.72	Sering
CE11	Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan	3	5	4.02	Sering
CE12	Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya	2	5	4.02	Sering
Total		2.50	5.00	3.8688	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi Redefinisi Domain sebesar 3,8688. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam redefinisi domain yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori sering.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi redefinisi domain yaitu “Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan” dan “Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya” dengan mean 4.02 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering melakukan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan dan perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi redefinisi domain yaitu “Perusahaan menciptakan kategori produk (*product category*) yang baru pada pasar yang baru” dengan mean 3.49 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering menciptakan kategori produk (*product category*) yang baru pada pasar yang baru.

Tabel Tanggapan responden mengenai Corporate Entrepreneurship dimensi Pembaharuan Organisasional

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
CE13	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan	2	5	3.99	Sering
CE14	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi	2	5	3.76	Sering
CE15	Perusahaan melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk/jasa jadi	3	5	3.88	Sering
CE16	Perusahaan melakukan pembaharuan layanan purna jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan	3	5	3.89	Sering
Total		2.75	5.00	3.8781	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi Pembaharuan Organisasional sebesar 3,8781. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam pembaharuan organisasional yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori sering.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi pembaharuan organisasional yaitu “Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan” dengan mean 3.99 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi pembaharuan organisasional yaitu “Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi” dengan mean 3.76 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi.

Tanggapan responden mengenai *Corporate Entrepreneurship* dimensi Rekonstruksi Model Bisnis

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
CE17	Perusahaan menentukan atribut penawaran produk/jasa berdasarkan kebutuhan pembeli, sehingga dapat dibedakan dengan produk/jasa perusahaan lain	2	5	3.86	Sering
CE18	Perusahaan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai target pembeli	2	5	3.95	Sering
CE19	Perusahaan memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai dengan produk/jasa dan target pembelinya	2	5	4.00	Sering
CE20	Perusahaan menentukan cakupan geografis pendistribusian produk/jasanya	2	5	3.79	Sering
CE21	Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik	3	5	4.09	Sering
CE22	Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha	2	5	3.67	Sering
CE23	Perusahaan mempelajari resiko financial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan	2	5	3.85	Sering
CE24	Perusahaan mencari model/metode terbaik dalam mengelola alur pemasukan dan pengeluaran sumber dana	3	5	3.92	Sering
CE25	Perusahaan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan usaha	2	5	3.92	Sering
Total		2.89	5.00	3.8958	Sering

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel *Corporate Entrepreneurship* dimensi Rekonstruksi Model Bisnis sebesar 3,8958. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam rekonstruksi model bisnis yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori sering.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi rekonstruksi model bisnis yaitu “Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat

menjalankan usaha dengan baik” dengan mean 4.09 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi rekonstruksi model bisnis yaitu “Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha” dengan mean 3.67 memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur di Jawa Timur sering menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha.

Kategori Rata - Rata Jawaban Responden Komitmen Organisasi

Interval Rata-Rata Skor	Kriteria Setiap Variabel
1 – 1,8	Sangat tidak setuju
1,9 – 2,6	Tidak setuju
2,7 – 3,4	Netral
3,5 – 4,2	Setuju
4,3 – 5	Sangat setuju

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi keterlibatan yaitu “Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan” dengan mean 4.25 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi keterlibatan yaitu “Bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan” dengan mean 3.95 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan.

Statistik Deskriptif Komitmen Organisasi

Var	Pertanyaan	N	Mean	Keterangan
KO1	Merasa memiliki tujuan bekerja yang sama dengan tujuan perusahaan	80	4.06	Setuju
KO2	Bersedia menyumbangkan sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan	80	4.15	Setuju
KO3	Merasa bangga dan ingin terus menjadi bagian dari perusahaan	80	4.00	Setuju
KO4	Yakin pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya	80	3.81	Setuju
KO5	Bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan	80	3.95	Setuju
KO6	Bersedia melaksanakan semua pemugasan yang diberikan	80	4.13	Setuju
KO7	Melaksanakan apa yang telah diputuskan, karena merasa memiliki keterlibatan dengan apa yang telah disetujui bersama	80	4.14	Setuju
KO8	Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan	80	4.25	Setuju
KO9	Merasa nyaman dan aman bekerja dalam organisasi	80	3.96	Setuju
KO10	Bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun	80	3.40	Netral
KO11	Bersedia untuk tetap bekerja di perusahaan dalam jangka waktu yang lama	80	3.81	Setuju
KO12	Bersedia meluangkan waktu untuk bekerja lembur	80	3.78	Setuju

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan mengenai nilai mean tertinggi yaitu dengan nilai 4.25 bahwa “Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan” pada hasil pernyataan ini karyawan pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju untuk meningkatkan kualitas pekerjaan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan nilai mean terendah yaitu dengan nilai 3.40 bahwa “Bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun” pada hasil pernyataan ini karyawan pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur netral apabila mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan. Dari nilai mean di atas dapat disimpulkan dengan teori menurut Sukarno (2004) bahwa komitmen karyawan yang tinggi menghasilkan pelayanan yang tinggi terhadap konsumen. Dari teori dan jawaban hasil responden dapat dinyatakan bahwa komitmen organisasi dipengaruhi oleh pelayanan kepada konsumen bila pelayanan terhadap konsumen tinggi, hal ini akan menarik konsumen baru.

Tabel Tanggapan responden mengenai Komitmen Organisasi dimensi Identifikasi

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
KO1	Merasa memiliki tujuan bekerja yang sama dengan tujuan perusahaan	3	5	4.06	Setuju
KO2	Bersedia menyumbangkan sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan	3	5	4.15	Setuju
KO3	Merasa bangga dan ingin terus menjadi bagian dari perusahaan	2	5	4.00	Setuju
KO4	Yakin pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya	2	5	3.81	Setuju
Total		2.75	5.00	4.0062	Setuju

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel komitmen organisasi dimensi identifikasi sebesar 4.0062. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam identifikasi yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori setuju.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi identifikasi yaitu “Bersedia menyumbangkan sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan” dengan mean 4.15 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju menyumbangkan sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi identifikasi yaitu “Yakin pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya” dengan mean 3.81 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya.

Tanggapan responden mengenai Komitmen Organisasi dimensi Keterlibatan

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
KO5	Bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan	3	5	3.95	Setuju
KO6	Bersedia melaksanakan semua penugasan yang diberikan	3	5	4.13	Setuju
KO7	Melaksanakan apa yang telah diputuskan, karena merasa memiliki keterlibatan dengan apa yang telah disetujui bersama	3	5	4.14	Setuju
KO8	Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan	3	5	4.25	Setuju
Total		3.00	5.00	4.1156	Setuju

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel komitmen organisasi dimensi keterlibatan sebesar 4.1156. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam komitmen organisasi dimensi keterlibatan yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori setuju.

Dari hasil tabel di atas, mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi keterlibatan yaitu “Memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan” dengan mean 4.25 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi keterlibatan yaitu “Bersedia berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan” dengan mean 3.95 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan manufaktur di Jawa Timur setuju untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan, saat pembuatan keputusan.

Tabel Tanggapan responden mengenai Komitmen Organisasi dimensi Loyalitas

Var	Pernyataan	Min	Max	Mean	Keterangan
KO9	Merasa nyaman dan aman bekerja dalam organisasi	2	5	3.96	Setuju
KO10	Bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun	1	5	3.40	Netral
KO11	Bersedia untuk tetap bekerja di perusahaan dalam jangka waktu yang lama	1	5	3.81	Setuju
KO12	Bersedia meluangkan waktu untuk bekerja lembur	1	5	3.78	Setuju
Total		2.00	5.00	3.7375	Setuju

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 80 responden didapatkan nilai mean dari variabel komitmen organisasi dimensi loyalitas sebesar 3,7375. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang terdiri dari manajer dan supervisor memberikan tanggapan mengenai upaya untuk melakukan regenerasi dalam komitmen organisasi dimensi loyalitas yang dilakukan oleh karyawan dengan dilihat dari total keseluruhan dengan kategori setuju.

Dari hasil tabel mengenai pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari dimensi loyalitas yaitu “Merasa nyaman dan aman bekerja dalam organisasi” dengan mean 3.96 memberikan bukti bahwa karyawan perusahaan

manufaktur di Jawa Timur setuju merasa nyaman dan aman bekerja dalam organisasi. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai mean terendah dari dimensi loyalitas yaitu “Bersedia mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun” dengan mean 3.40.

**Tabel Uji Kelayakan Analisis Faktor
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy:		.815
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1064.879
	Df	300
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai KMO sebesar 0,815 lebih besar daripada 0,6. sehingga analisis faktor *Corporate Entrepreneurship* dalam penelitian ini layak digunakan dalam riset ini. disamping itu dari uji Bartlett nampak bahwa nilai χ^2 sebesar 1064,879.

Tabel Penentuan Jumlah Faktor

Component	Initial Eigenvalues		
	total	% of Variance	Cumulative %
1	9.468	37.872	37.872
2	1.699	6.796	44.668
3	1.457	5.827	50.495
4	1.423	5.693	56.188
5	1.212	4.849	61.037

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat lima faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor 1 dengan nilai eigen sebesar 9,468; faktor 2 dengan nilai eigen sebesar 1,699; faktor 3 dengan nilai eigen sebesar 1,457; faktor 4 dengan nilai eigen sebesar 1,423, dan faktor 5 dengan nilai eigen sebesar 1,212. Dimana kelima faktor ini mempunyai nilai varians kumulatif 61,037% terhadap komunalitas. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 faktor atau dimensi utama yang dapat digunakan untuk memprediksi *Corporate Entrepreneurship*.

Penentuan Muatan Faktor

Var	Component				
	1	2	3	4	5
CE1	.405	.351	.439	.333	.074
CE2	-.016	.336	.593	.358	.101
CE3	.170	.184	.192	.802	.116
CE4	.487	.186	-.039	.513	.320
CE5	.686	.278	.095	.392	-.062
CE6	.407	.560	-.066	.084	.036
CE7	.141	.235	.035	-.164	.722
CE8	.621	.247	.335	.063	.007
CE9	.234	.700	.297	.050	.068
CE10	.037	.734	.188	.203	.243
CE11	.391	.451	.435	.177	.037
CE12	.367	.544	.460	.105	.106
CE13	.200	.338	.656	.290	-.131
CE14	.330	.237	.639	-.204	-.132
CE15	.771	.119	.167	-.061	.101
CE16	.574	.257	.195	.175	.161
CE17	.012	.633	.302	.226	.304
CE18	.460	.461	.181	.175	.242
CE19	.624	-.190	.250	.074	.318
CE20	.529	.204	.438	.193	.118
CE21	.119	.121	.120	.725	-.186
CE22	-.023	.075	.241	.473	.497
CE23	.265	.088	.614	.155	.396
CE24	.209	.023	.656	.135	.299
CE25	.356	.344	.069	.089	.545

Dapat dilihat bagaimana distribusi indikator-indikator pernyataan mengenai *Corporate Entrepreneurship* kedalam 5 faktor yang terbentuk, maka tabel ini menunjukkan distribusi variabel tersebut pada 5 faktor tersebut. Sedangkan angka yang ada pada tabel tersebut adalah besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, dan faktor 5.

Dari tabel di atas dapat digunakan untuk pengelompokan kedalam 5 faktor yang sudah terbentuk sebagai berikut:

Faktor 1	CE5,CE8,CE15,CE16,CE19,CE20
Faktor 2	CE6,CE9,CE10,CE11,CE12,CE17,CE18
Faktor 3	CE1,CE2,CE13,CE14,CE23,CE24
Faktor 4	CE3,CE4,CE21
Faktor 5	CE7,CE22,CE25

Dari hasil rotasi faktor di atas, telah ditemukan bahwa CE5, CE8, CE15, CE16, CE19 dan CE 20, berkorelasi dengan faktor 1. Dimana CE5 berkaitan dengan Perusahaan menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, CE8 berkaitan dengan Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru, CE15 berkaitan dengan Perusahaan melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk/jasa jadi, CE16 berkaitan dengan Perusahaan melakukan pembaharuan layanan purna jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan, CE19 berkaitan dengan Perusahaan memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai dengan produk/jasa dan target pembelinya dan CE20 berkaitan dengan Perusahaan menentukan cakupan geografis pendistribusian produk/jasanya. Karena itu faktor 1 dapat dinamakan Layanan dan Distribusi.

CE6, CE9, CE10, CE11, CE12, CE17 dan CE18 ditemukan berkorelasi dengan faktor 2. Dimana CE6 berkaitan dengan Perusahaan memperkenalkan produk baru merupakan pembaharuan dari kategori produk yang sudah ada, CE9, berkaitan dengan Perusahaan menciptakan kategori produk yang baru pada pasar yang baru, CE10 berkaitan dengan Perusahaan menyusun ulang kategori produk yang sudah ada, CE11, berkaitan dengan Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan, CE12 berkaitan dengan Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya, CE17 berkaitan dengan Perusahaan menentukan atribut penawaran produk atau jasa berdasarkan kebutuhan pembeli, sehingga dapat dibedakan dengan produk atau jasa perusahaan lain, dan CE18 berkaitan dengan Perusahaan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai target pembeli,. Karena itu faktor 2 dapat dinamakan Produk dan Promosi.

CE1, CE2, CE13, CE14, CE23, dan CE24 ditemukan berkorelasi dengan faktor 3. Dimana CE1 berkaitan dengan Perusahaan melakukan pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang telah dijalankan, CE2 berkaitan dengan Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan, CE13 berkaitan dengan Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan, CE14 berkaitan dengan Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi, dan CE23 berkaitan dengan Perusahaan

mempelajari resiko financial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, CE24 berkaitan dengan Perusahaan mencari model atau metode terbaik dalam mengelola alur pemasukan dan pengeluaran sumber dana. Karena itu faktor 3 dapat dinamakan Daya Saing dan Keuangan.

CE3, CE4, dan CE21 ditemukan berkorelasi dengan faktor 4. Dimana CE3 berkaitan dengan Perusahaan menyesuaikan konsep pemasaran yang dibutuhkan, CE4 berkaitan dengan Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan dan CE21 berkaitan dengan Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik. Karena itu faktor 4 dapat dinamakan Produksi dan Pemasaran.

CE7, CE22, dan CE25 ditemukan berkorelasi dengan faktor 5. Dimana CE7 berkaitan dengan Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar, CE22 berkaitan dengan Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha, dan CE25 berkaitan dengan Perusahaan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan usaha. Dari ke 5 faktor tersebut dapat dinamakan Partner dan Investasi Usaha. Dengan demikian variabel *Corporate Entrepreneurship* dalam penelitian ini dapat dibangun dari lima faktor utama yaitu Layanan dan Distribusi, Produk dan Promosi, Daya saing dan Keuangan, Produksi dan Pemasaran, serta yang terakhir adalah dan Partner dan Investasi Usaha.

Tabel Uji Kelayakan Analisis Faktor
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.771
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	304.676
	Df	66
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai KMO sebesar 0,771 lebih besar daripada 0,6. sehingga analisis faktor komitmen organisasi dalam penelitian ini layak digunakan dalam riset ini. disamping itu dari uji Bartlett nampak bahwa nilai χ^2 sebesar 304,676 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada nilai α 0,05 sehingga terbukti bahwa hasil analisis faktor komitmen organisasi dalam penelitian ini layak digunakan.

Penentuan Jumlah Faktor

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.194	34.948	34.948
2	1.831	15.259	50.207
3	1.048	8.737	58.944

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat tiga faktor baru yang terbentuk, yaitu faktor 1 dengan nilai total sebesar 4,194, faktor 2 dengan nilai total sebesar 1,831 dan faktor 3 dengan nilai total sebesar 1,048. Dimana ketiga faktor ini mempunyai nilai varians kumulatif 58,944% terhadap komunalitas.dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 faktor atau dimensi utama yang dapat digunakan untuk memprediksi komitmen organisasional.

Penentuan Muatan Faktor

Var	Component		
	1	2	3
KO1	-.030	.223	.731
KO2	.166	.274	.723
KO3	.481	.325	.348
KO4	.297	.444	.233
KO5	.017	.145	.743
KO6	.046	.792	.138
KO7	.112	.811	.183
KO8	.215	.616	.341
KO9	.698	-.096	.385
KO10	.810	-.002	-.214
KO11	.709	.317	-.032
KO12	.733	.298	.141

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bawa 3 faktor adalah jumlah yang paling optimal, maka tabel ini menunjukkan distribusi variabel tersebut pada 3 faktor yang ada. Sedangkan angka yang ada pada tabel tersebut adalah faktor loadings atau besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, dan faktor 3.

Dari tabel di atas dapat digunakan untuk pengelompokan kedalam tiga faktor yang sudah terbentuk sebagai berikut:

Faktor 1	KO3,KO9,KO10,KO11,KO12
Faktor 2	KO4,KO6,KO7,KO8
Faktor 3	KO1,KO2,KO5

Dari hasil rotasi faktor telah ditemukan bahwa KO3, KO9, KO10, KO11, dan KO12, berkorelasi dengan faktor 1. Dimana KO3 berkaitan dengan kebanggaan dan ingin terus menjadi bagian dari perusahaan, KO9 berkaitan dengan perasaan nyaman dan aman bekerja dalam organisasi, KO10 berkaitan dengan kesediaan mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan perusahaan tanpa mengharapkan apapun, KO11 berkaitan dengan kesediaan untuk tetap bekerja di perusahaan dalam jangka waktu yang lama, dan KO12 berkaitan dengan bersedia meluangkan waktu untuk lembur Karena itu faktor 1 dapat dinamakan Loyalitas terhadap perusahaan.

KO4, KO6, KO7 dan KO8 ditemukan berkorelasi dengan faktor 2. Dimana KO 4 berkaitan dengan keyakinan pekerjaan saat ini sudah sesuai dengan cita-cita dan keinginan saya, KO6 berkaitan dengan kesediaan melaksanakan semua penugasan yang diberikan, KO7 berkaitan dengan melaksanakan apa yang telah diputuskan, karena merasa memiliki keterlibatan dengan apa yang telah disetujui bersama, dan KO8 berkaitan dengan memperbaiki kualitas pekerjaan, karena ingin membantu mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Karena itu faktor 2 dapat dinamakan Kesediaan memperbaiki pekerjaan.

KO1, KO2, KO5 ditemukan berkorelasi dengan faktor 3. Dimana KO1 berkaitan dengan merasa memiliki tujuan bekerja yang sama dengan tujuan perusahaan, KO2, berkaitan dengan kesediaan menyumbang sesuatu hal yang bermanfaat demi tercapainya tujuan perusahaan, dan KO 5 berkaitan

dengan kesediaan berpartisipasi aktif dalam berbagai kesempatan saat pembuatan keputusan, Karena itu faktor 3 dapat dinamakan Kesediaan berpartisipasi aktif.

Dengan demikian variabel komitmen organisasi dalam penelitian ini dapat dibangun dari 3 faktor utama yaitu Loyalitas terhadap perusahaan, Kesediaan memperbaiki pekerjaan, dan Kesediaan berpartisipasi aktif.

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Unstandardized Koefisien	
	B	Std error
Konstant	2,001	0,347
Corporate Entrepreneurship	0,502	0,089

Berdasarkan di atas dapat dibuat persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2,001 + 0,502 X$$

Persamaan di atas dapat diartikan bahwa nilai konstan adalah sebesar 1,825 sehingga dapat diartikan bahwa apabila variable terikat (komitmen organisasi) tidak mendapatkan pengaruh dari variable bebas (*Corporate Entrepreneurship*) maka nilai variable komitmen organisasi adalah sebesar 2,001. Selain itu juga dari persamaan di atas dapat diperoleh angka koefisien regresi variable *Corporate Entrepreneurship* adalah sebesar 0,502 artinya apabila variable *Corporate Entrepreneurship* meningkat sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variable komitmen organisasi sebesar kelipatan dari 0,502.

Nilai R dan R Square

R	R Square
0,540	0,291

Berdasarkan tabel hasil koefisien korelasi R di atas diperoleh nilai sebesar 0,540 hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Entrepreneurship* memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap komitmen organisasi.

Tabel Hasil Uji Nilai t

Model	T	Sig.
Konstant	5.770	.000
<i>Corporate Entrepreneurship</i>	5.663	.000

Berdasarkan tabel di atas juga diperoleh nilai t-value sebesar 5,663 yang mana lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,986, 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* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, artinya bahwa dengan meningkatnya *Corporate Entrepreneurship* maka komitmen organisasi juga akan mengalami peningkatan secara signifikan.

Secara umum, temuan penelitian ini mendukung hasil-hasil penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya hanya membahas komitmen organisasi yang hanya dilihat dari kinerjanya saja, sedangkan dalam penelitian ini komitmen organisasi dilihat tiga dimensi yaitu dimensi identifikasi, dimensi keterlibatan dan dimensi loyalitas. Pertama, penelitian

Samuel Obino Mokaya (2012) menyimpulkan bahwa kehadiran *corporate entrepreneurship* membawa dampak komitmen organisasi bagi perusahaan.

Kedua, menurut hasil penelitian dari Kuratko (2001) *corporate entrepreneurship* membawa dampak positif pada komitmen organisasi, dengan memiliki komitmen organisasi yang tinggi maka perusahaan dapat meningkatkan kinerja secara internal.

Ketiga, penelitian yang telah dilakukan oleh Cemal Zehir, dkk (2012) bahwa dengan meningkatkan kinerja internal perusahaan dan meningkatkan komitmen organisasi maka *corporate entrepreneurship* dalam perusahaan dapat meningkat dengan lebih baik.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada Bab 4 maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

- Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan pada industri manufaktur di Jawa Timur telah sering melakukan pembaharuan strategis, regenerasi berkelanjutan, redefinisi domain, pembaharuan organisasional dan rekonstruksi model bisnis.
- Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa delapan puluh responden setuju untuk melakukan identifikasi, keterlibatan dan loyalitas dalam perusahaan manufaktur di Jawa Timur.
- Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate entrepreneurship* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan.

Sedangkan saran yang dapat diberikan adalah:

- Meningkatkan penerapan *corporate entrepreneurship* ini dapat diwujudkan dengan cara mendesain ulang struktur organisasi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Sebaiknya perusahaan mengeluarkan produk yang belum ada di pasar dan memasarkan produk tersebut dipasar yang baru agar perusahaan dapat menjadi perusahaan yang kreatif dan inovatif serta memiliki daya saing dalam industri. Selain itu diharapkan perusahaan sering mengadakan pertemuan dengan patner usaha, sehingga hubungan dengan patner usaha dapat terjalin dengan baik.
- Sebaiknya perusahaan berusaha untuk meningkatkan loyalitas karyawannya, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan bonus tambahan pada karyawan, menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dengan bawahan. Dengan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan maka komitmen organisasi dapat terwujud dengan baik.
- Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka perusahaan harus dapat menjaga konsistensi dalam meningkatkan *corporate entrepreneurship* hendaknya perusahaan mengembangkan komitmen organisasi di dalam perusahaan. Dengan terwujudnya hal tersebut perusahaan dapat terus memotifasi dan meningkatkan kinerja karyawan. Karena dengan meningkatnya tingkat *corporate entrepreneurship* di perusahaan maka kinerja

perusahaan dengan sendirinya juga akan ikut meningkat, hal ini akan berpengaruh positif bagi perkembangan perusahaan manufaktur dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Covin, J.G. & Miles, M.P. (1999). *Corporate Entrepreneurship And The Pursuit Of Competitive Advantage*. Entrepreneurship Theory & Practice.
- Damodar, Gujarati. (2006). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Drucker, Peter F., 2004. *The Practice of Management*. New York : Harper & Row.
- Ireland, R.D., Kuratko, D.F. & Covin, J.G. (2003). *Antecedents, Elements, And Consequences Of Corporate Entrepreneurship Strategy*. Best Paper Proceedings: Academy Of Management, Annual Meeting, Seattle Washington.
- Kuntjoro, Zainudin Sri, (2002). *Komitmen Organisasi*, e-psikologi.com, Jakarta.
Retrieved from 27 Juni, 2013
<http://www.e-psikologi.com/masalah/250702.htm>.15
- Kuncoro, Mudrajat, 2007, *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- Kuratko and Hodgetts. (2004). *Entrepreneurship (Theory, Process, Practice)*, USA : Thomson Learning.
- Malhotra, N.K. (2004). *Marketing Research - An Applied Orientation*. 4 Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Marimin, (2004). *Teknik Dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F., & Covin, J.G. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation (2nd Edition)*. USA: Thomson South-Western.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisa Data Penelitian Dengan Spss*. Yogyakarta : Gava Media.
- Santoso, Singgih. 2004. *Buku Latihan Spss Statistik Parametrik*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Cv Andi Ofsett.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Cv. Alfabeta
- Triton. (2005). *SPSS Versi 13.0 Terapan Riset Statistik Parametrik*. PT. Andy, Yogyakarta.
- Umar, H., (2003). *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Zimmerer, M. Scarborough. (2005). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil 2nd*. Jakarta: Prenhalindo.
- Zimmerer, M. Scarborough. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.