

## ANALISIS PENGARUH *CORPORATE ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP KINERJA INDUSTRI MANUFAKTUR DI JAWA TIMUR

Ivan Glory San Utama

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: Ivan\_09257@yahoo.com

**Abstrak**-Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan *corporate entrepreneurship* dan kinerja perusahaan, serta menguji pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja perusahaan pada industri manufaktur di Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh manajer dan supervisor yang berada dalam industri manufaktur di Jawa Timur dengan sampel sebanyak delapan puluh (80) yang diambil melalui penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *corporate entrepreneurship* pada industri manufaktur di Jawa Timur adalah sering dijalankan, kinerja perusahaan berada pada kategori memiliki kinerja yang tinggi, dan *corporate entrepreneurship* memiliki hubungan yang berbanding lurus terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan-perusahaan dalam industri manufaktur di Jawa Timur.

**Kata kunci:** *corporate entrepreneurship*, kinerja perusahaan, industri manufaktur

### I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ekonomi seperti sekarang ini, perkembangan dunia bisnis berjalan begitu cepat. Hal ini berdampak pada perubahan lingkungan bisnis dan persaingan yang semakin ketat, fenomena ini juga terjadi pada perusahaan manufaktur. Persaingan yang semakin ketat ini membuat perusahaan dalam industri manufaktur harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan kompetitor lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki daya saing dan selalu siap dalam menghadapi ancaman yang datang demi kelangsungan hidup perusahaan dan posisinya dipasar industri, baik ancaman yang datang dari perusahaan sejenis yang bergerak di industri yang sama atau bahkan perusahaan yang menyediakan barang substitusi. Jika perusahaan ingin lebih sukses dan berhasil maka dibutuhkan kekuatan dan kemampuan agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisinya dipasar industri untuk tetap bertahan sebagai perusahaan yang kompetitif (Morris dan Kuratko, 2002).

Dalam menghadapi pesaing, perusahaan perlu lebih kreatif dan inovatif dengan melakukan suatu inovasi terhadap produknya. Perusahaan perlu melakukan inovasi produk agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang merupakan langkah maju dalam mencapai masa depan yang lebih baik, misalnya seperti menghasilkan atau memperbanyak varian produk dengan kualitas, desain, dan harga yang kompetitif agar dapat menyaingi produk-produk yang dihasilkan oleh para pesaing sejenis maupun pesaing yang menyediakan barang substitusi. Namun dalam hal kreativitas dan inovasi ini perusahaan tidak bisa hanya

memakai sistem top-down saja, terkadang sistem bottom-up bisa menjadi pilihan yang baik dalam melakukan inovasi dalam perusahaan (Morris dan Kuratko, 2002). Oleh karena itu, salah satu sistem yang paling tepat untuk diterapkan dalam perusahaan adalah *corporate entrepreneurship* (kewirausahaan korporasi).

Pengertian dari *corporate entrepreneurship* itu sendiri didefinisikan bermacam-macam. Namun pada intinya *corporate entrepreneurship* itu sendiri adalah suatu proses atau aktivitas entrepreneurial yang dilakukan individu atau kelompok di sebuah organisasi yang sudah ada (Guth dan Ginsberg, 1990). Dengan kata lain, disini perusahaan harus mampu mewujudkan atau membangkitkan jiwa-jiwa *entrepreneur* dalam diri para karyawannya untuk terus melakukan inovasi dan memperluas usaha dengan menjajaki peluang baru melalui kombinasi baru dari sumberdaya yang sudah ada sesuai dengan tujuan dan kemampuan bersaing, maka fungsi *corporate entrepreneurship* adalah melakukan proses penciptaan kekayaan dan peningkatan nilai tambah melalui gagasan-gagasan, meramu segala kreatifitas dan sumber-sumber hingga menjadi sebuah inovasi baru yang nyata. Oleh karena itu, disini karyawan dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, berani mengambil resiko, dan proaktif dalam perusahaan. Inovasi itu sendiri merupakan penciptaan suatu proses yang baru atau perubahan faktor-faktor produksi dalam perusahaan.

Inovasi bagi perusahaan dapat memberikan peluang untuk meningkatkan nilai dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibandingkan pesaingnya. Banyaknya pesaing dari perusahaan manufaktur sejenis membuat dan produk-produk yang hampir saman perusahaan harus selalu melakukan inovasi produk agar memiliki banyak jenis variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen (van de Ven, 1986). Dengan kata lain, bisa dilihat bahwa ada suatu hubungan yang tak terpisahkan antara *corporate entrepreneurship* dengan kinerja perusahaan.

Penelitian ini akan memfokuskan kepada *corporate entrepreneurship* yang dalam hal ini akan membahas lebih dalam mengenai *strategic entrepreneurship*. *Strategic entrepreneurship* itu sendiri terdiri dari lima (5) dimensi, yaitu: *strategic renewal*, *sustained regeneration*, *domain redefinition*, *organizational rejuvenation*, dan *business model reconstruction*. Selanjutnya, tingkat *corporate entrepreneurship* dari *strategic entrepreneurship* akan dinilai menggunakan teori *the dynamic multi-dimensional performance model (DMP)*. Teori *DMP* sendiri merupakan

penyempurnaan dari teori *balanced scorecard* dan *success dimensions* dimana kedua teori tersebut tidak memberikan perhatian terhadap manajemen sumber daya manusia perusahaan. Teori *DMP* menyempurnakan kedua konsep sebelumnya dengan memasukkan aspek sumber daya manusia, yakni konsep *people development*, karena manajemen sumber daya manusia dan cara perusahaan memperlakukan karyawan dianggap sebuah komponen penting dalam keberhasilan perusahaan. Berikut adalah lima dimensi kinerja *DMP* (*the dynamic multi-dimensional performance models*), antara lain: *financial performance, market and customer, process measures, people development, preparing for the future*

## II. METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif kausal yang mencari hubungan sebab akibat *corporate entrepreneurship* dan pengaruhnya kepada kinerja perusahaan.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh manajer dan supervisor perusahaan di industri manufaktur Jawa Timur. Sampel yang digunakan adalah sebesar delapan puluh (80) manajer dan supervisor perusahaan di industri manufaktur di Jawa Timur.

### Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Kriteria sampel itu sendiri adalah perusahaan manufaktur minimal skala menengah dengan jumlah karyawan minimal 20 orang yang berlokasi di Jawa Timur

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer berupa daftar pertanyaan/kuesioner mengenai *corporate entrepreneurship* dan kinerja perusahaan.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data adalah kuisisioner. Jenis kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner tertutup.

### Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Skala Likert dengan angka 5 dengan bobot sebagai berikut:

#### Kategori Pengukuran Likert Kinerja Perusahaan

Sangat Rendah	(SR)	=	Skor 1
Rendah	(R)	=	Skor 2
Sedang	(S)	=	Skor 3
Tinggi	(T)	=	Skor 4
Sangat Tinggi	(ST)	=	Skor 5

#### Kategori Pengukuran Likert *Corporate Entrepreneurship*

Sangat Tidak Sering	(STS)	=	Skor 1
Tidak Sering	(TS)	=	Skor 2
Netral	(N)	=	Skor 3
Sering	(S)	=	Skor 4
Sangat Sering	(SS)	=	Skor 5

### Pengujian Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa korelasi *bivariate Pearson*. Dikatakan valid jika memiliki nilai  $\text{sig} < \alpha = 0,05$

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach alpha*, dimana akan dikelompok ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

#### Teknik Analisa Data

1. Teknik analisa data menggunakan statistik deskriptif (mean) untuk mengetahui tingkat masing-masing variabel. Dimana bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden *Corporate Entrepreneurship*

Interval Penilaian	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

Tabel 2 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden Kinerja Perusahaan

Interval Penilaian	Kriteria Setiap Variabel
1 – 1,8	Sangat Rendah
1,9 – 2,6	Rendah
2,7 – 3,4	Sedang
3,5 – 4,2	Tinggi
4,3 – 5	Sangat Tinggi

2. Analisa faktor yang di gunakan adalah *confirmatory factor analysis (CFA)*, karena peneliti ingin menguji sejumlah variabel indikator yang membentuk variabel yang tidak terukur langsung tersebut didasarkan pada landasan teori yang ada. *Confirmatory factor analysis* merupakan sebuah teknik untuk menguji kebenaran dan kelayakan teori..
3. Analisa regresi linear sederhana digunakan oleh peneliti karena persamaan regresi ini menggambarkan hubungan antara satu variabel dependen dengan variabel independen. Kaitannya dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja perusahaan.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, didapatkan semua data valid dan reliabel (untuk selengkapnya lihat Utama, 2013).

#### Statistik Deskripsif Tanggapan Responden untuk Variabel *Corporate Entrepreneurship*

Deskripsi tanggapan responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) tanggapan responden pada masing-masing pernyataan dan secara keseluruhan.

**Tabel 3**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Strategic Renewal***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
CE1	2	5	3,93	Sering
CE2	2	5	3,86	Sering
CE3	2	5	3,93	Sering
CE4	2	5	3,96	Sering
CE5	2	5	4,060	Sering
Total	2,00	5,00	3,9478	Sering

Dari tabel 3 diatas didapatkan total mean sebesar 3,91 yang termasuk dalam kategori sering. Di industri manufaktur sangat penting untuk sering melakukan *strategic renewal* karena dalam industri ini perusahaan dituntut untuk menciptakan sesuatu yang kreatif agar dapat memenangkan persaingan didalam industri ini. Oleh karena itu diperlukan strategi-strategi baru yang efektif agar perusahaan lebih unggul dalam persaingan dalam industri.

**Tabel 4**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Sustained Regeneration***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
CE6	2	5	3,93	Sering
CE7	1	5	3,44	Sedang
CE8	2	5	3,91	Sering
Total	1,67	5,00	3,7587	Sering

Dari tabel 4 diatas total mean yang didapat sebesar 3,85 yang termasuk dalam kategori sering. Dalam industri manufaktur perlu sering kali dilakukan *sustained regeneration* yang tujuannya adalah supaya perusahaan tetap eksis dalam persaingan industri dan mampu memberikan nilai lebih bagi customer melalui barang/ jasa yang diproduksi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

**Tabel 5**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Domain Redefinition***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
CE9	1	5	3,84	Sering
CE10	1	5	3,76	Sering
CE11	2	5	4,00	Sering
CE12	2	5	3,93	Sering
Total	1,75	5,00	3,8825	Sering

Dari tabel 5 diatas didapatkan total mean sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori sering. Dalam industri manufaktur perlu sering kali dilakukan *domain redefinition* yang tujuannya adalah untuk memperluas *market share* perusahaan.

**Tabel 6**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Organizational Rejuvenation***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
CE13	1	5	3,81	Sering
CE14	1	5	3,70	Sering
CE15	2	5	3,73	Sering
CE16	1	5	3,49	Sedang
Total	1,75	5,00	3,6847	Sering

Dari Tabel 6 diatas didapatkan total mean sebesar 3,88 yang termasuk dalam kategori sering. Dalam industri manufaktur perlu sering kali dilakukan *organizational rejuvenation* yang tujuannya adalah agar perusahaan memiliki kemampuan bersaing melalui produk-produk yang dihasilkan

dan dengan struktur organisasi yang tepat akan membuat kegiatan operasional menjadi lebih efektif.

**Tabel 7**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Business Model Reconstruction***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
CE17	1	5	3,78	Sering
CE18	1	5	3,86	Sering
CE19	1	5	3,86	Sering
CE20	2	5	3,68	Sering
CE21	1	5	4,02	Sering
CE22	2	5	3,86	Sering
CE23	2	5	3,89	Sering
CE24	2	5	3,97	Sering
CE25	2	5	3,84	Sering
Total	2,22	5,00	3,8607	Sering

Dari tabel 7 diatas didapatkan total mean yang didapat sebesar 3,90. Dalam industri manufaktur perlu sering kali dilakukan *business model reconstruction* yang tujuannya adalah agar perusahaan lebih mudah untuk memperoleh barang dari supplier dan dapat dengan mudah mendistribusikan produk dengan biaya yang rendah dan tepat sasaran.

### Statistik Deskriptif Tanggapan Responden untuk Variabel Kinerja Perusahaan

Deskripsi tanggapan responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) tanggapan responden pada masing-masing pernyataan dan secara keseluruhan.

**Tabel 8**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Financial Performance***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
FP1	1	5	3,70	Tinggi
FP2	1	5	3,63	Tinggi
FP3	1	5	3,63	Tinggi
FP4	1	5	3,52	Tinggi
FP5	1	5	3,64	Tinggi
FP6	1	5	3,65	Tinggi
FP7	1	5	3,56	Tinggi
FP8	1	5	3,61	Tinggi
FP9	1	5	3,56	Tinggi
FP10	1	5	3,69	Tinggi
TOTAL			3,62	Tinggi

Dari tabel 8 diatas, secara umum dimensi *financial performance* termasuk kategori tinggi dengan melihat total mean yang didapat sebesar 3,62 yang mewakili kategori tinggi. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir perusahaan memiliki dimensi *financial performance* yang lebih tinggi dibanding competitor karena perusahaan sampel secara strategi memiliki tingkat *corporate entrepreneurship* yang lebih tinggi dari competitor dengan begitu angka-angka dari penjualan dan pendapatan serta kinerja keuangan secara keseluruhan juga akan ikut tinggi.

**Tabel 9**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Market and Customer***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
FP12	1	5	3,84	Tinggi
FP13	1	5	3,75	Tinggi
FP14	1	5	3,65	Tinggi
FP15	1	5	3,27	Tinggi
FP16	1	5	4,03	Tinggi
FP17	1	5	3,86	Tinggi
FP18	1	5	3,96	Tinggi
TOTAL			3,77	Tinggi

Dari Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa dimensi *market and customer* nilai total mean sebesar 3,77 yang mewakili kategori tinggi. Perusahaan bisa memiliki *market and customer* lebih tinggi dari kompetitor karena perusahaan dalam kurun waktu satu tahun terakhir ini secara rutin dan berkelanjutan selalu melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan yang diberikan pada konsumen.

**Tabel 10**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Process Measures***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
FP20	1	5	3,51	Tinggi
FP21	1	5	3,64	Tinggi
FP22	1	5	3,53	Tinggi
FP23	1	5	3,84	Tinggi
FP24	1	5	3,65	Tinggi
FP25	1	5	3,84	Tinggi
FP26	1	5	3,79	Tinggi
TOTAL			3,68	Tinggi

Dari tabel 10 diatas didapatkan total mean sebesar 3,68 yang mewakili kategori tinggi. Perusahaan dalam kurun waktu satu tahun terakhir terus melakukan pengawasan dan control pada proses produksi serta penambahan mesin produksi yang dilakukan perusahaan sehingga proses produksi menjadi lebih cepat, efektif dan menghasilkan produk yang berkualitas. Hal inilah yang membuat perusahaan memiliki *process measures* yang lebih tinggi dari kompetitor.

**Tabel 11**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *People Development***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
FP28	1	5	3,50	Tinggi
FP29	1	5	3,60	Tinggi
FP30	1	5	3,70	Tinggi
FP31	1	5	3,82	Tinggi
FP32	1	5	3,85	Tinggi
FP33	1	5	3,69	Tinggi
FP34	1	5	3,51	Tinggi
FP35	1	5	3,83	Tinggi
TOTAL			3,56	Tinggi

Dari tabel 11 diatas didapatkan total mean sebesar 3,56 yang mewakili kategori tinggi. Bisa demikian karena dalam kurun satu tahun terakhir perusahaan sering memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan, selain itu perusahaan juga mendorong karyawan untuk lebih berinovasi

mengembangkan ide-ide yang mereka miliki, hal inilah yang kurang dilakukan oleh kompetitor.

**Tabel 12**  
**Tanggapan responden mengenai Dimensi *Preparing for the Future***

Pernyataan	Minimum	Maximum	Rata-rata	Keterangan
FP28	1	5	3,36	Sedang
FP29	1	5	3,34	Sedang
FP30	1	5	3,69	Tinggi
FP31	1	5	3,74	Tinggi
FP32	1	5	3,67	Tinggi
FP33	1	5	3,50	Tinggi
FP34	1	5	3,79	Tinggi
FP35	1	5	3,41	Sedang
TOTAL			3,56	Tinggi

Dari tabel 12 diatas didapatkan total mean sebesar 3,56 yang mewakili kategori tinggi. Perusahaan dalam kurun waktu satu tahun terakhir lebih rajin dalam menyiapkan produk baru dan strategi-strategi baru yang akan digunakan untuk menghadapi perubahan, karena perusahaan memiliki kemampuan untuk membaca trend pasar di masa depan. Selain itu perusahaan juga rajin dalam melakukan investasi-investasi yang menguntungkan dimasa depan. Hal-hal inilah yang kurang diperhatikan oleh kompetitor.

### Hasil Analisis Faktor Variabel *Corporate Entrepreneurship*

**Tabel 13**  
**Uji Kelayakan Analisis Faktor: KMO**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,815
--	-------

Pada tabel pertama KMO and Bartlett's test, terlihat angka KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) adalah 0,815. Oleh karena angka MSA diatas 0,5, sehingga terbukti bahwa data-data dari faktor-faktor individu dalam penelitian ini layak digunakan dalam analisa faktor.

### Hasil Analisis Faktor Variabel Kinerja Perusahaan

**Tabel 14**  
**Uji Kelayakan Analisis Faktor: KMO**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,769
--	-------

Pada tabel pertama KMO and Bartlett's test, terlihat angka KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) adalah 0,769. Oleh karena angka MSA diatas 0,5, sehingga terbukti bahwa data-data dari faktor-faktor individu dalam penelitian ini layak digunakan dalam analisa faktor.

### Hasil Analisa Regresi Linier Sederhana Antara *Corporate Entrepreneurship* dan Kinerja Perusahaan

Berikut ini adalah hasil analisa regresi linier sederhana antara *corporate entrepreneurship* dan kinerja perusahaan manufaktur di Jawa Timur, dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_i = 1,495 + 0,557X_i$$

(0,375) (0,096)

t: 3,989 5.808

$R^2 = 0.302$  ,  $n = 80$

Berdasarkan model estimasi diatas, diketahui bahwa nilai sig dari koefisien variabel *corporate entrepreneurship*  $< \alpha = 0,05$ . Hal ini berarti bahwa penelitian ini menolak  $H_0$  dan mendapatkan bukti empiris pengaruh signifikan dari *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja perusahaan. Nilai koefisien dari *corporate entrepreneurship* adalah 0,557. Jadi, kenaikan aktivitas *corporate entrepreneurship* sebesar 1 satuan, akan menyebabkan kenaikan kinerja perusahaan sebesar 1 satuan. Berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ), diketahui bahwa *corporate entrepreneurship* dapat menjelaskan variasi kinerja perusahaan sebesar 30,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model estimasi.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data, pembahasan dan pengujian hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap kinerja perusahaan manufaktur pada delapan puluh responden tingkat manajerial di tujuh perusahaan industri manufaktur menengah di Jawa Timur, maka pada bab ini akan menyajikan kesimpulan dan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi keputusan perusahaan dimasa yang akan mendatang.

Kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan pada pada industri manufaktur di Jawa Timur telah sering menjalankan aktivitas *corporate entrepreneurship*, dalam wujud *strategic renewal, sustained regeneration, domain redefinition, organizational rejuvenation*, dan *business model reconstruction*.
2. Delapan puluh responden di tujuh perusahaan memiliki persepsi jika kinerja perusahaan mereka dalam hal kinerja keuangan, pasar dan konsumen, proses bisnis, pengembangan sumber daya manusia, serta antisipasi akan kondisi masa datang relatif lebih tinggi dibanding para kompetitor pada industri manufaktur di Jawa Timur.
3. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate entrepreneurship* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Cantika, S.B. (2005). Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: UMM Press.
- Covin, J.G. and M. P. Miles. (1999), Corporate Entrepreneurship and The Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol 23 (3),47-64.
- D.F, Kuratko (2007). Corporate Entrepreneurship. *Foundations and trends in entrepreneurship* 3, 5-29.
- Guth, W. D. and A. Ginsberg (1990), 'Corporate Entrepreneurship'. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- Hasibuan, Malayu (2005). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maltz A.C. (2000), Defining and Measuring Organizational Success: A Multidimensional Model. Stevens Institute of Technology, Hoboken, NJ.
- Maltz A.C. (2003), Aaron, J.S. and Richard, R.R., Beyond The Balanced Scorecard: Refining The Search for Organizational Success Measures. *Long Range Planning*, 36,187-204.
- Morris, M. H, D. F. Kuratko, and J. G. Covin (2008) Corporate Entrepreneurship and Innovation (Thomson/South-Western Publishers).
- Osman, M., T. Ramayah, Puspowarsito,H., Natalisa, D. and Saerang, D. P. E. (2011). Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Role of Business Environment as A Moderator. *The IUP Journal of Management Research*, X(3), 9-25.
- Pribadiyono. 2006. Behavioral Performance Productivity Management. Surabaya: Press UNTAG Perkasa Offset
- Sarwono, J. (2008). Statistik Itu Mudah. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sugiyono (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Terrence C. S., T. Theerapatvong, Sang M. L. (2010). Corporate Entrepreneurship in The Face of Changing Competition A Case Analysis of Six Thailand Manufacturing Firms. *Journal of Organizational Change Management*, 23(4),453-470
- Tjiptono, F. (2008). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triton (2005), SPSS 13,0, Terapan Riset Statistik Parametrik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2005). Evaluasi Kinerja Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wiyono, G. (2011), Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & smartPLS 2.0. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Yamin, S. and Kurniawan, H. (2011), SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuwono (2005). Psikologi Industri dan Organisasi. Surabaya: Universitas Airlangga.