

PENGARUH *CORPORATE ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* PADA PERUSAHAAN KELUARGA DI JAWA TIMUR

Vilano Beavis Athadiano S. dan Ratih Indriyani

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: vilano_09173@yahoo.com ; ranytaa@petra.ac.id

Abstrak—Saat ini persaingan antar perusahaan semakin ketat, semua perusahaan harus menghadapinya dan berusaha menjadi yang terbaik. Perusahaan harus selalu melakukan perubahan – perubahan agar dapat terus bertahan dan mencapai tujuan organisasi, oleh karena itu perlunya sikap *entrepreneurship* dijalankan dalam perusahaan. Selain itu, sumber daya manusia juga harus mendapatkan perhatian agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh positif dan signifikan *corporate entrepreneurship* terhadap *organizational citizenship behavior* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 134 yang terdiri dari manajer dan supervisor pada perusahaan keluarga di Jawa Timur, dengan menggunakan teknik sampling purposive. Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis faktor konfirmatori, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji t dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 19.0 for windows*. Dari hasil analisa deskriptif diketahui bahwa perusahaan keluarga di Jawa Timur kerap menjalankan aktivitas *corporate entrepreneurship*, sedangkan untuk *organizational citizenship behavior* berada pada kategori setuju yang artinya karyawan sudah menunjukkan *organizational citizenship behavior*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *corporate entrepreneurship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*.

Kata Kunci—*corporate entrepreneurship, organizational citizenship behavior*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Globalisasi ekonomi dan selera pasar yang selalu berubah merupakan fenomena umum dimana semua perusahaan harus menghadapinya dan berusaha menjadi yang terbaik. Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan mengoptimalkan kinerja usahanya agar mampu bertahan dalam persaingan yang terjadi. Fenomena ini dapat menjadi peluang atau sebaliknya menjadi ancaman bagi perusahaan.

Jumlah perusahaan keluarga di Indonesia terbilang besar. Dari sekitar 160 ribu perusahaan yang ada di Indonesia, 90 persennya bisa dibilang perusahaan keluarga. Membangun dan mempertahankan sebuah perusahaan keluarga bukan perkara mudah. Ada banyak tantangan yang siap menghadang. Pada umumnya setiap perusahaan keluarga selalu menghadapi dua kelompok permasalahan. Kelompok pertama terkait dengan isu-isu keluarga dalam berbisnis bersama. Kelompok kedua

adalah permasalahan yang berhubungan dengan isu-isu dalam mengelola perusahaan (Meryana, 2013).

Pada kelompok masalah yang pertama, itu adalah yang terkait dengan internal keluarga. Isu – isu di dalamnya antara lain konflik nilai/perbedaan pendapat antar anggota keluarga, alih generasi, struktur dalam manajemen, adanya perbedaan pandangan antara keluarga dengan tuntutan perusahaan, mengenai kompensasi, bagaimana mengembangkan kompetensi, serta pembagian penghasilan. Sedangkan pada kelompok permasalahan kedua adalah yang terkait dengan profesionalisme dalam pengelolaan usaha. Isu – isu di dalamnya antara lain masalah kepemimpinan, keluarga harus bisa memikirkan masa depan, Fokus pada pasar dan pelanggan, pengukuran kinerja, manajemen pengetahuan dan analisa, dan bagaimana bisa mengelola hasil usaha. (Meryana, 2013).

Perusahaan – perusahaan di masa sekarang ini menghadapi persaingan yang berat. Bila perusahaan tidak mampu mengatasi isu – isu permasalahan yang telah dibahas tadi, maka perusahaan tidak akan bertahan. Profesionalisme diyakini sebagai cara perusahaan dalam mengatasi permasalahan di dalam perusahaan keluarga, jika bisa ditangani dengan baik maka perusahaan bisa mandiri dan profesional. Perusahaan pun tidak perlu lagi mengandalkan pengaruh kekuatan politik dalam mempertahankan kelanggengan usahanya (Meryana, 2013). Selain itu sikap yang harus dimiliki oleh perusahaan keluarga dalam menghadapi persaingan yang berat saat ini adalah sikap *entrepreneurship*.

Perusahaan yang ingin mencapai tujuan organisasi di jaman globalisasi sekarang ini harus memiliki sikap *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan menggali peluang yang dihadapi setiap orang dalam setiap jiwa (Thomas W. Zimerer, 1996:51)

Salah satu cara saat ini yang telah menjadi semakin diakui sebagai jalur menuju pencapaian kinerja perusahaan tingkat tinggi adalah *Corporate Entrepreneurship* (CE) (Morris, et al., 2008). CE diyakini sebagai faktor yang berperan dalam mencapai tujuan organisasi. *Corporate Entrepreneurship* merupakan aktivitas baik formal maupun informal yang ditujukan untuk penciptaan bisnis baru di dalam perusahaan yang sudah mapan untuk menciptakan produk baru berkaitan dengan produk terdahulu melalui proses inovasi dan tindakan proaktif serta berani menanggung resiko dalam pencapaian kinerja perusahaan (Colvin & Slevin 2000 : 102). Perubahan yang terjadi di era globalisasi ini sangatlah cepat. Perusahaan yang ingin terus bertahan dan berkembang harus mengikuti

perkembangan yang terjadi. Agar mampu bersaing dengan competitor maka inovasi, proaktif, dan berani mengambil resiko adalah tindakan yang harus dilakukan perusahaan sebagai bagian dari CE.

Dess et al. (1999) menyatakan bahwa hampir semua organisasi, baik yang baru mulai berdiri, perusahaan besar dan rekanan dari perusahaan global, sedang berusaha untuk mengeskplotasi kesempatan pasar produk melalui perilaku yang inovatif dan proaktif, jenis perilaku yang diinginkan dalam CE. Ireland et al (2006) menyatakan bahwa untuk mengembangkan dan memelihara daya kompetitif berlandaskan inovasi, perusahaan semakin mengandalkan CE. Sekarang ini inovasi sudah merupakan hal yang umum. Inovasi terbukti dapat memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan. Kreatifitas merupakan kebutuhan yang harus dimiliki saat ini di dalam organisasi. Inovasi adalah bagian dari CE, oleh karena itu CE semakin diandalkan karena mampu memberikan dampak positif baik dari sisi keuangan dan non- keuangan perusahaan.

Berkembangnya perusahaan tidak terlepas dari peran sumber daya manusia. Faktor sumber daya manusia merupakan faktor penentu dalam sebuah perusahaan, sumber daya manusia merupakan *asset* yang sangat berharga bagi perusahaan, oleh karena itu perlu mendapatkan perhatian yang lebih. Kinerja yang dihasilkan oleh karyawan sangat menentukan perkembangan sebuah perusahaan. Kinerja karyawan yang maksimal dapat memberikan dampak yang baik bagi kemajuan perusahaan. Kinerja yang baik menuntut perilaku yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. "*Organizational Citizenship Behavior*" (OCB) adalah salah satu aspek dalam sumber daya manusia untuk mencapai tujuan dalam organisasi.

Kinerja yang baik menuntut perilaku yang diharapkan oleh organisasi. Perilaku yang menjadi tuntutan organisasi saat ini adalah tidak hanya perilaku *in-role*, tetapi juga perilaku *extra-role*. Perilaku *extra-role* inilah yang biasa disebut "*Organizational Citizenship Behavior*" (OCB). OCB merupakan perilaku individu yang secara sukarela, tidak secara langsung atau eksplisit diakui formal dengan adanya sistem penghargaan dan keseluruhan hal tersebut nantinya diharapkan dapat meningkatkan keefisienan dan keefektifan fungsi organisasi (Organ, Podsakoff, dan MacKenzie, 2006).

Jika OCB dalam organisasi tercapai, maka organisasi tersebut tidak perlu mengendalikan perilaku dari karyawan, karena karyawan tersebut bisa mengendalikan perilakunya sendiri. Borman dan Motowidlo (1993) menyatakan bahwa OCB dapat meningkatkan kinerja organisasi (*organizational performance*) karena perilaku ini merupakan "pelumas" dari mesin sosial dalam organisasi, dengan kata lain dengan adanya perilaku ini maka interaksi sosial pada anggota-anggota organisasi menjadi lancar, mengurangi terjadinya perselisihan, dan meningkatkan efisiensi.

Menurut Stephen P Robbins (2006) contoh perilaku yang termasuk kelompok OCB adalah membantu rekan kerja, sukarela melakukan kegiatan ekstra di tempat kerja, menghindari konflik dengan rekan kerja, melindungi property organisasi, menghargai peraturan yang berlaku dalam organisasi, toleransi pada situasi yang kurang ideal/menyenangkan di tempat kerja, serta tidak membuang

waktu di tempat kerja. Perilaku-perilaku tersebut merupakan bentuk perilaku sosial yang positif bagi karyawan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud meneliti seberapa besar pengaruh *Corporate Entrepreneurship* (CE) terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada Perusahaan Keluarga di Jawa Timur. Penelitian ini meneliti perusahaan keluarga, karena pada umumnya di dalam perusahaan keluarga belum mengelola perusahaannya secara profesional, sehingga dengan penelitian ini dapat mengetahui seberapa besar CE sudah diterapkan dalam perusahaan keluarga. Dampak dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur seberapa pengaruh CE terhadap OCB. Dengan mengetahui besarnya pengaruh, maka perusahaan keluarga dapat mengetahui hal apa saja yang harus dilakukan perusahaan berkaitan dengan CE, sehingga dengan menerapkan hal tersebut maka OCB dalam perusahaan keluarga akan tercapai.

Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *corporate entrepreneurship* terhadap *organizational citizenship behavior* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan tingkat *Corporate Entrepreneurship* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.
2. Untuk mendeskripsikan tingkat *Organizational Citizenship Behavior* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif dan signifikan *Corporate Entrepreneurship* terhadap *Organization Citizenship Behavior* pada perusahaan keluarga di Jawa Timur.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012, p.8). Dalam melakukan penelitian ini, populasi yang digunakan adalah manajer dan supervisor perusahaan keluarga di Jawa Timur dan sampel yang digunakan berjumlah 134 responden pada perusahaan keluarga. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karaktersitik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi tersebut (Sugiyono, 2012, p.215). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2012, p.85). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. (Burhan, 2005, p. 132). Dalam penelitian ini sumber data primer adalah kuesioner mengenai *corporate*

entrepreneurship dan *organizational citizenship behavior* yang telah diisi oleh manajer dan supervisor pada perusahaan keluarga di Jawa Timur. Skala pengukuran yang digunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2012, p. 93), *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis faktor konfirmatori dan analisis regresi linear sederhana. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah skala pengukuran yang digunakan mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Kuncoro, 2003:151), sedangkan reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2013:87). Analisis faktor konfirmatori untuk mencari sejumlah variabel indikator yang membentuk variabel yang tidak terukur langsung tersebut didasarkan pada landasan teori yang sudah ada. (Widarjono, 2010:275), sedangkan Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel *independent (X)* terhadap variabel *dependent (Y)*. Tujuan dari analisis ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Siregar, 2013:379).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil validitas dan reliabilitas pada data yang didapat dari responden, semuanya dinyatakan valid dan reliabel untuk dianalisa lebih lanjut. Dikatakan valid karena nilai signifikansi dari perhitungan *Pearson correlation* didapatkan angka 0,00 yang berarti $\alpha = 0,05$. Sedangkan reliabel karena angka yang didapat dari uji reliabilitas termasuk dalam kategori reliabel, cukup reliable dan sangat reliabel.

Berikut adalah analisis deskriptif *corporate entrepreneurship* ditemukan hasil pada tabel :

Tabel 3.1

Interval Tanggapan Dimensi *Corporate Entrepreneurship (X)*

Interval Tanggapan	Kategori
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 3.2

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Strategic Renewal*

Indikator	Pertanyaan	Mean
CE1	Perusahaan melakukan pembaharuan terhadap ide-ide usaha yang telah dijalankan.	3,93
CE2	Perusahaan menyesuaikan desain organisasi yang dibutuhkan.	3,86
CE3	Perusahaan menyesuaikan konsep pemasaran yang dibutuhkan.	3,93
CE4	Perusahaan menyesuaikan metode produksi yang dibutuhkan.	3,96
CE5	Perusahaan menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.	4,06
	Mean Dimensi <i>Strategic Renewal</i>	3,95

Mean untuk dimensi *Strategic Renewal* adalah 3,95. Dalam hal ini berarti perusahaan keluarga di Jawa Timur sudah banyak melakukan aktivitas *Strategic Renewal* yang terdiri dari pembaharuan pada ide yang dijalankan, menyesuaikan desain organisasi dan konsep pemasaran serta metode produksi yang dibutuhkan, dan menerapkan strategi baru. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah CE5 dengan mean 4,06, ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan oleh perusahaan keluarga pada dimensi ini adalah menerapkan strategi-strategi baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Strategi adalah cara dalam menghadapi persaingan. Dalam menghadapi persaingan usaha yang sering berubah, maka perusahaan juga harus menyesuaikan strategi agar tetap mampu bersaing.

Tabel 3.3

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Sustained Regeneration*

Indikator	Pertanyaan	Mean
CE6	Perusahaan memperkenalkan produk baru merupakan pembaharuan dari kategori produk (product category) yang sudah ada.	3,93
CE7	Perusahaan mengeluarkan produk yang baru bagi perusahaan, namun sudah ada di pasar.	3,44
CE8	Perusahaan melakukan peningkatan pelayanan terhadap konsumen untuk menarik konsumen baru.	3,91
	Mean Dimensi <i>Sustained Regeneration</i>	3,76

Mean dimensi *Sustained Regeneration* adalah 3,76. Dalam hal ini berarti perusahaan keluarga di Jawa Timur sudah banyak melakukan aktivitas *Sustained Regeneration* yang terdiri dari memperkenalkan produk baru, dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah CE6 dengan mean 3,93, ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan oleh perusahaan keluarga pada dimensi ini adalah memperkenalkan produk baru yang merupakan pembaharuan dari kategori produk (product category) yang sudah ada. Perusahaan melakukannya, untuk mempertahankan konsumennya, dengan kualitas yang semakin baik, maka konsumen akan semakin loyal.

Tabel 3.4

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Domain Redefinition*

Indikator	Pertanyaan	Mean
CE9	Perusahaan menciptakan kategori produk (product category) yang baru pada pasar yang baru.	3,84
CE10	Perusahaan menyusun ulang kategori produk (product category) yang sudah ada.	3,76
CE11	Perusahaan membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan.	4,00
CE12	Perusahaan mempromosikan produk-produk baru di daerah-daerah yang baru dibukanya.	3,93
	Mean Dimensi <i>Domain Redefinition</i>	3,88

Mean untuk dimensi *Domain Redefinition* adalah 3,88. Dalam hal ini berarti perusahaan keluarga di Jawa Timur sudah banyak melakukan aktivitas *Domain Redefinition* yang terdiri dari menciptakan dan menyusun ulang kategori produk, membuka pasar baru, dan mempromosikan produk baru di daerah yang baru. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean

paling tinggi adalah CE11 dengan mean 4,00, ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan oleh perusahaan keluarga pada dimensi ini adalah membuka pasar baru untuk memperluas jaringan perusahaan. Usaha ini dilakukan perusahaan agar perusahaan semakin berkembang dan dapat menguasai pasar.

Tabel 3.5

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Organization Rejuvenation*

Indikator	Pertanyaan	Mean
CE13	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan.	3,93
CE14	Perusahaan meningkatkan daya saing dengan melakukan pembaharuan struktur organisasi.	3,44
CE15	Perusahaan melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk/jasa jadi.	3,91
CE16	Perusahaan melakukan pembaharuan layanan purna jual sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	3,76
	Mean Dimensi <i>Organization Rejuvenation</i>	3,68

Mean untuk dimensi *Organization Rejuvenation* adalah 3,68. Dalam hal ini berarti perusahaan keluarga di Jawa Timur sudah banyak melakukan aktivitas *Organization Rejuvenation* yang terdiri dari pembaharuan kemampuan dasar bersaing dan struktur organisasi, melakukan peninjauan dan penyesuaian terhadap kegiatan perubahan input menjadi produk. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah CE13 dengan mean 3,81, ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan oleh perusahaan keluarga pada dimensi ini adalah meningkatkan daya saing dengan memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan. Memperbaharui kemampuan bersaing dasar perusahaan menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Tujuannya untuk jangka panjang, yaitu agar perusahaan tetap bertahan.

Tabel 3.6

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Business Model Reconstruction*

Indikator	Pertanyaan	Mean
CE17	Perusahaan menentukan atribut penawaran produk/jasa berdasarkan kebutuhan pembeli, sehingga dapat dibedakan dengan produk/jasa perusahaan lain.	3,78
CE18	Perusahaan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai target pembeli.	3,86
CE19	Perusahaan memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai dengan produk/jasa dan target pembelinya.	3,86
CE20	Perusahaan menentukan cakupan geografis pendistribusian produk/jasanya.	3,68
CE21	Perusahaan menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik.	4,02
CE22	Perusahaan menetapkan aktivitas yang dapat diselenggarakan bersama dengan partner usaha.	3,86
CE23	Perusahaan mempelajari resiko financial dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.	3,89

CE24	Perusahaan mencari model/metode terbaik dalam mengelola alur pemasukan dan pengeluaran sumber dana.	3,97
CE25	Perusahaan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan usaha.	3,84
	Mean Dimensi <i>Business Model Reconstruction</i>	3,86

Mean untuk dimensi *Business Model Reconstruction* adalah 3,86. Dalam hal ini berarti perusahaan keluarga di Jawa Timur sudah banyak melakukan aktivitas *Business Model Reconstruction* yang terdiri dari menentukan atribut penawaran produk berdasarkan kebutuhan pembeli sehingga dapat dibedakan dengan produk perusahaan lain, menetapkan segmen pasar, memilih bentuk saluran distribusi yang sesuai, menetapkan cakupan geografis pendistribusian produk, menjalin kerjasama dan menetapkan aktivitas dengan partner usaha, mempelajari resiko financial, mencari metode terbaik dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran, dan mengidentifikasi dan mencari berbagai sumber pendanaan yang merupakan indikator dari dimensi *Organization Rejuvenation*. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah CE21 dengan mean 4,02, ini menunjukkan bahwa yang paling sering dilakukan oleh perusahaan keluarga pada dimensi ini adalah menjalin kerjasama dengan supplier, distributor, partner bisnis lain untuk dapat menjalankan usaha dengan baik.

Secara keseluruhan mean *corporate entrepreneurship* adalah 3,83 yang artinya perusahaan keluarga kerap menjalankan aktivitas *corporate entrepreneurship*.

Hasil analisis deskriptif *organizational citizenship behavior*:

Tabel 3.7

Interval Tanggapan *Organizational Citizenship Behavior (Y)*

Interval Tanggapan	Kategori
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

Tabel 3.8

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Altruism*

Indikator	Pertanyaan	Mean
	<i>Altruism</i>	
OCB1	Bersedia membantu rekan lain yang pekerjaannya overload.	3,87
OCB2	Selalu siap untuk mengulurkan tangan membantu orang-orang di sekeliling saya.	3,93
OCB3	Bersedia membantu karyawan lain yang tidak masuk kerja.	3,56
	Mean Dimensi <i>Altruism</i>	3,79

Mean untuk dimensi *altruism* adalah 3,79. Dalam hal ini berarti karyawan di perusahaan keluarga menyatakan bahwa bersedia untuk membantu rekan kerja yang tidak masuk kerja dan yang sedang menerima pekerjaan overload. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah OCB2 dengan mean 3,93, ini menunjukkan bahwa yang paling banyak dilakukan oleh karyawan pada perusahaan keluarga adalah selalu siap untuk membantu orang-orang di sekelilingnya. Tindakan yang sudah sewajarnya dilakukan

sebagai rekan kerja, ketika rekannya sedang mengalami kesulitan dan membutuhkan pertolongan.

Tabel 3.9

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Courtesy*

Indikator	Pertanyaan	Mean
OCB4	Bersedia membantu meredakan atau menyelesaikan pertikaian antar rekan kerja.	3,81
OCB5	Tidak ingin menyalah gunakan hak orang lain.	4,05
OCB6	Bersedia untuk menghindari terciptanya masalah dengan rekan kerja.	3,93
OCB7	Memperhatikan perilaku yang dapat mempengaruhi orang lain.	3,78
OCB8	Menyadari dampak dari tindakan yang telah dilakukan terhadap rekan kerja lain.	3,75
Mean Dimensi <i>Courtesy</i>		3,86

Mean untuk dimensi *courtesy* adalah 3,86. Dalam hal berarti karyawan di perusahaan keluarga menyatakan bahwa bersedia membantu meredakan dan menyelesaikan pertikaian antar rekan kerja, berusaha untuk bersikap baik dan sewajarnya saja untuk menghindari masalah dengan rekan kerja. Di samping itu juga berusaha untuk tidak menyalahgunakan hak-hak orang lain. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah OCB5 dengan mean 4,05, ini menunjukkan bahwa yang paling banyak dilakukan oleh karyawan pada perusahaan keluarga adalah tidak ingin menyalahgunakan hak orang lain. Hubungan baik antar rekan kerja menjadi penting, untuk menghindari masalah internal dalam perusahaan, agar tidak menghambat kemajuan perusahaan.

Tabel 3.10

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Civic Virtue*

Indikator	Pertanyaan	Mean
OCB9	Bersedia memberikan perhatian terhadap fungsi – fungsi yang menaikkan image organisasi.	3,84
OCB10	Bersedia mengikuti perubahan – perubahan dan perkembangan – perkembangan dalam organisasi.	3,93
OCB11	Bersedia menghadiri pertemuan-pertemuan yang tidak wajib, namun dianggap penting.	3,77
OCB12	Selalu memperhatikan pengumuman – pengumuman dan pemberitahuan dari perusahaan.	4,00
Mean Dimensi <i>Civic Virtue</i>		3,88

Mean untuk dimensi *civic virtue* adalah 3.88. Dalam hal ini berarti karyawan di perusahaan keluarga menyatakan bahwa bersedia untuk memberikan perhatian atas fungsi yang dapat membangun image perusahaan, berusaha untuk mengikuti segala perubahan yang terjadi dalam perusahaan, bersedia menghadiri pertemuan yang dianggap penting dan selalu memperhatikan pengumuman dari perusahaan. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah OCB12 dengan mean 4.00, ini menunjukkan bahwa yang paling banyak dilakukan oleh karyawan pada perusahaan keluarga adalah selalu memperhatikan pengumuman – pengumuman dan pemberitahuan dari perusahaan, karena hal ini sudah wajib diketahui oleh semua karyawan yang bekerja di dalam perusahaan.

Tabel 3.11

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Conscientiousness*

Indikator	Pertanyaan	Mean
OCB13	Menghasilkan kualitas kerja yang melebihi dari standar yang telah ditentukan.	3,78
OCB14	Mematuhi peraturan – peraturan perusahaan meskipun tidak ada yang mengawasi.	3,88
OCB15	Bersedia untuk tidak mengambil kelebihan cuti meskipun memiliki hak cuti yang diterapkan perusahaan.	3,66
OCB16	Karyawan yang tergolong teliti diantara yang lain.	3,72
OCB17	Bersedia bekerja dengan jujur.	4,18
Mean Dimensi <i>Conscientiousness</i>		3,84

Mean untuk sub variabel *conscientiousness* adalah 3,84. Dalam hal ini berarti karyawan di perusahaan keluarga menyatakan bahwa bersedia untuk menghasilkan kinerja terbaik, berusaha mematuhi peraturan perusahaan, berusaha untuk menjadi karyawan teliti dan jujur. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah OCB17 dengan mean 4,18, ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan pada perusahaan keluarga, bersedia bekerja dengan jujur. Kejujuran menjadi keharusan dalam bekerja. Semua orang menyadari bahwa kejujuran adalah hal yang sangat penting, agar tidak terjadi kecurangan dalam perusahaan.

Tabel 3.12

Deskripsi Indikator-Indikator Dimensi *Sportsmanship*

Indikator	Pertanyaan	Mean
OCB18	Tidak banyak mengeluh akan keadaan perusahaan.	3,94
OCB19	Tidak berusaha menemukan kesalahan dalam organisasi.	3,93
OCB20	Berfokus kepada hal – hal yang positif dalam perusahaan.	3,96
OCB21	Tidak menggunakan waktu untuk hal – hal yang sepele.	3,96
OCB22	Berupaya memperbaiki permasalahan – permasalahan yang ada di perusahaan secara perlahan.	3,87
Mean Dimensi <i>Sportsmanship</i>		3,93
Mean Total (Organizational citizenship behavior)		3,86

Mean untuk sub variabel *sportsmanship* adalah 3,97. Dalam hal ini berarti karyawan di perusahaan keluarga menyatakan bahwa berusaha untuk mengikuti segala keadaan yang ada di perusahaan, selalu fokus akan hal positif dalam perusahaan, memanfaatkan waktu kerja sebaik-baiknya dan berusaha memperbaiki permasalahan yang ada di perusahaan secara perlahan. Item pertanyaan yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah OCB20 dan OCB21 dengan mean 3,96, ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan dalam perusahaan keluarga dalam bekerja selalu fokus pada hal – hal yang positif dan tidak menggunakan waktu untuk hal – hal yang sepele. Karyawan menyadari bahwa pentingnya keseriusan dalam bekerja, mereka harus bekerja sesuai dengan yang di harapkan perusahaan.

Secara keseluruhan bisa diketahui bahwa tingkat *organizational citizenship behavior* karyawan di perusahaan keluarga tergolong pada kategori setuju, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel

organizational citizenship behavior sebesar 3.86. Artinya perilaku yang bersifat bebas / sukarela yang bukan merupakan tindakan paksaan, yang melebihi harapan perusahaan bertujuan untuk memajukan perusahaan tanpa mengharapkan imbalan sebagaimana merupakan definisi dari *organizational citizenship behavior* sudah terlihat dalam perusahaan keluarga di Jawa Timur.

Hasil dari analisis faktor *corporate entrepreneurship* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.13

Tabel Nilai KMO dan Bartlett's Test of Sphericity *Corporate Entrepreneurship*

KMO dan Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		0.835
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1475.33 2
	<i>Df</i>	300
	<i>Sig.</i>	0.000

Pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa angka KMO adalah 0.835 dengan signifikansi sebesar 0.000. Karena angka KMO melebihi angka 0.5 dan nilai signifikansinya kurang dari 0.05, maka faktor yang ada dinyatakan layak.

Setelah itu berdasarkan hasil dari total varian dan rotasi faktor, maka dihasilkan 5 faktor bersama yang terdiri dari faktor inovasi dan relasi, faktor produksi, faktor manajemen, faktor keuangan, dan faktor pemasaran.

Sedangkan hasil dari analisis faktor *organizational citizenship behavior* yaitu:

Tabel 3.13

Tabel Nilai KMO dan Bartlett's Test of Sphericity *Organizational Citizenship Behavior*

KMO dan Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		0.757
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1266.223
	<i>Df</i>	231
	<i>Sig.</i>	0.000

Pada tabel 4.27 menunjukkan bahwa angka KMO adalah 0.757 dengan signifikansi sebesar 0.000. Karena angka KMO melebihi angka 0.5 dan nilai signifikansinya kurang dari 0.05, maka faktor yang ada dinyatakan layak.

Setelah itu berdasarkan hasil dari total varian dan rotasi faktor, maka dihasilkan 5 faktor bersama yang terdiri dari faktor moralitas, faktor perilaku saat bekerja, faktor kepedulian, faktor loyalitas, dan faktor rela berkorban untuk rekan kerja.

Selanjutnya hasil dari regresi linear sederhana dihasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2.244 + 0.423 X$$

Dimana Y adalah tingkat *organizational citizenship behavior*, sedangkan X adalah *corporate entrepreneurship*.

Dari persamaan di atas dapat dianalisis bahwa bila *corporate entrepreneurship* tidak memberikan pengaruh (X = 0), maka tingkat *organizational citizenship behavior* karyawan pada perusahaan keluarga sebesar 2.244, sedangkan bila *corporate entrepreneurship* memberikan pengaruh (X=1), maka diperkirakan tingkat *organizational citizenship behavior* sebesar 2.667. Tanda positif pada nilai koefisien regresi

corporate entrepreneurship melambangkan hubungan yang searah antara *corporate entrepreneurship* dan *organizational citizenship behavior* pada perusahaan keluarga. Artinya dengan semakin berkembangnya penerapan *corporate entrepreneurship* dalam perusahaan, maka tingkat *organizational citizenship behavior* akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara *corporate entrepreneurship* dengan *organizational citizenship behavior* cukup kuat positif, yaitu $r = 0.424$. Arti positif adalah hubungan antara variabel X dan Y searah. Maksud searah disini, semakin *corporate entrepreneurship* diterapkan dalam perusahaan, maka semakin meningkat tingkat *organizational citizenship behavior*.

Sedangkan berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kontribusi yang disumbangkan *corporate entrepreneurship* (X) terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) = 18%. Artinya *organizational citizenship behavior* pada perusahaan keluarga dipengaruhi oleh *corporate entrepreneurship* sebesar 18% dan sisanya sebesar 82% di pengaruhi oleh faktor lain.

Hasil uji t didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05, maka dengan demikian dapat dibuat kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *corporate entrepreneurship* terhadap *organizational citizenship behavior*.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Corporate Entrepreneurship pada perusahaan keluarga di Jawa Timur tergolong pada kategori “sering”. Maksudnya adalah bahwa perusahaan – perusahaan keluarga di Jawa Timur kerap menjalankan aktivitas – aktivitas *Corporate Entrepreneurship*. Dimensi variabel *corporate entrepreneurship* dengan penilaian tertinggi adalah *Strategic Renewal*. Dari hasil analisis faktor ditemukan lima faktor bersama yang terdiri dari faktor inovasi dan relasi, faktor produksi, faktor manajemen, faktor keuangan, dan faktor pemasaran.

Organizational Citizenship Behavior tergolong dalam kategori “setuju” , setuju artinya karyawan pada perusahaan keluarga di Jawa Timur telah mampu menunjukkan *organizational citizenship behavior* seperti membantu individu lain dalam tim, memajukan diri untuk melakukan pekerjaan ekstra, menghindari konflik yang tidak perlu, menghormati semangat dan isi peraturan, serta dengan besar hati mentoleransi kerugian dan gangguan terkait dengan pekerjaan yang terjadi. Dari hasil analisis faktor ditemukan lima faktor bersama yang terdiri dari faktor perilaku saat bekerja, faktor kepedulian, faktor loyalitas, dan faktor rela berkorban untuk rekan kerja.

Berdasarkan hasil regresi diketahui bahwa *corporate entrepreneurship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana

- Covin, J.G. and Miles, M.P. (1999) 'Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage', *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23 (3), 47-64
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ireland, R.D and J.W. Webb (2007), 'Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage through Streams of Innovation'. *Business Horizons* 50, 49-59.
- Kotler, Philip, (2005), *Marketing Management*, 11th Edition, International Edition, USA: Prentice-Hall Inc.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga
- Kuratko, D.F. (2007). *Corporate Entrepreneurship. Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 3, 5-29
- Kuratko, D.F., Ireland, D.R., & Hornsby, J.S, 2001, *Improving Firm Performance Through Entrepreneurial Action: Acordia's Corporate Entrepreneurship Strategy*, *Academy of Management Executive*, 15 (4), 60-71.
- Lumpkin, G. & Dess, G., (1996), *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*. *Academy of Management Review*, 21(1).
- Meryana, Ester. (2013). *Ketika Perusahaan Keluarga Berhadapan Seven Plus Seven*.
Retrieved 12 April 2013 from:
<http://swa.co.id/business-strategy/ketika-perusahaan-keluarga-berhadapan-seven-plus-seven>
- Morris, M. H., D. F. Kuratko, and J. C. Covin (2008), *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. South-Western/Thomson Publishers.
- Organ, D. W., Podsakoff, Philip M. & Mackenzie, S.B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior Its Nature, Antecedents, and Consequences*. America: Sage publications, Inc.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku organisasi* (10th Ed). Jakarta : PT. Index.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Widarjono, Agus. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Zimmerer, W. Thomas dan Scarborough, M. Norman, 1996, *Entrepreneurship and the New Venture Formation*, Edisi Bahasa Indonesia, New York: Prentice Hall International.