



DeReMa

Development Research of Management

Jurnal Manajemen

Vol. 16, No.2 September 2021

ISSN 1907-0853

Tuong-Minh Ly-Le

*Small Business Entrepreneurship In Vietnam:
Take Case Of The Public Relations Industry*

145

Geofanny Teo Setiawan

Elissa Dwi Lestari

*The Effect Of Entrepreneurship Education To
Student's Entrepreneurial Intention With
Self-Efficacy As Mediating Variable*

158

Yensen Fernando Wijaya

**Metta Padma
Junko Alessandro Effendy**

*Faktor-Faktor Yang Merefleksikan Spirit
Intrapreneurship Pada Mahasiswa Corporate
Entrepreneurship Universitas Ciputra*

179

Sally Agustina Raung

Titi Susilowati Prabawa

*Strategi Pengusaha Konveksi Di Tingkir Lor,
Salatiga Dalam Merespon Pandemi Covid-19*

192

Farrel Timothy Christianto

Prio Utomo

*Perbandingan Latar Belakang Orang Tua
Dalam Aspek Utama Pembentukan Niat
Mahasiswa Untuk Menjadi Seorang Pengusaha*

214

Maria Rijanto

*Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home
Industry*

227



JOURNAL CONTENT

Search
Search Scope
All

Browse

- By Issue
- By Author
- By Title
- Other Journals
- Categories

INFORMATION

- For Readers
- For Authors
- For Reviewers

LINKS

- UPH Business School
- UPH Digital Repository
- Johannes Oentoro Library
- Universitas Pelita Harapan

AUTHOR TOOLS



Vol 16, No 2 (2021)

SEPTEMBER

FULL ISSUE

View or download the full issue

PDF

TABLE OF CONTENTS

ARTICLES

SMALL BUSINESS ENTREPRENEURSHIP IN VIETNAM: THE CASE OF THE PUBLIC RELATIONS INDUSTRY [USAHA KECIL DI VIETNAM: KASUS PUBLIC RELATIONS INDUSTRI]

PDF
145-157

Tuong-Minh Ly-Le

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TO STUDENT'S ENTREPRENEURIAL INTENTION WITH SELF-EFFICACY AS MEDIATING VARIABLE [PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA DENGAN VARIABEL EFIKASI DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI]

PDF
158-178

Elissa Lestari, Geofanny Teo Setiawan

FAKTOR – FAKTOR YANG MEREFLERKSIKAN SPIRIT INTRAPRENEURSHIP PADA MAHASISWA CORPORATE ENTREPRENEURSHIP UNIVERSITAS CIPUTRA [FACTORS REFLECTING THE INTRAPRENEURSHIP SPIRIT IN CORPORATE ENTREPRENEURSHIP STUDENTS AT CIPUTRA UNIVERSITY]

PDF (BAHASA INDONESIA)
179-191

Yensen Fernando Wijaya, Junko Alessandro Effendy, Metta Padmalia

PERBANDINGAN LATAR BELAKANG ORANGTUA DALAM ASPEK UTAMA PEMBENTUKAN KEINGINAN MAHASISWA UNTUK MENJADI SEORANG PENGUSAHA [PARENT'S BACKGROUND COMPARISON IN THE MAIN ASPECTS OF FORMING THE STUDENT'S INTENTION TO BECOME AN ENTREPRENEUR]

PDF (BAHASA INDONESIA)
192-213

Farrel Timothy Christianto, Prio Utomo

STRATEGI PENGUSAHA KONVEKSI DI TINGKIR LOR, SALATIGA MERESPON PANDEMI COVID-19 [STRATEGIES OF ENTREPRENEURS' CONVECTION IN TINGKIR LOR, SALATIGA IN RESPONDING TO COVID-19 PANDEMIC]

PDF (BAHASA INDONESIA)
214-226

Sally Agustina Raung, Titi Susilowati Prabawa

ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS HOME INDUSTRY [ANALYSIS OF HOME INDUSTRY BUSINESS COMPETITIVE STRATEGY]

PDF
227-246

Maria Rijanto

FAKTOR – FAKTOR YANG MEREFLERKSIKAN SPIRIT INTRAPRENEURSHIP PADA MAHASISWA *CORPORATE* *ENTREPRENEURSHIP* UNIVERSITAS CIPUTRA

Yensen Fernando Wijaya¹⁾, Metta Padmalia²⁾,
Junko Alessandro Effendy³⁾

Fakultas Manajemen & Bisnis, Universitas Ciputra

Email: yfernando@alumni.ciputra.ac.id, metta.padmalia@ciputra.ac.id²⁾, junko.alessandro@ciputra.ac.id³⁾

ABSTRACT

Corporate entrepreneurship is a lecture that is provided by University Ciputra. The purpose of providing corporate entrepreneurship lecture is to facilitate students who want to be professionals at a company. In order to be a professional, therefore the purpose of every corporate entrepreneurship learning is to instill professional values or is called a Bintang Intrapreneur. Learning that is undertaken by students during the fourth semester covers ikigai, gallup and undergo hack a ton program. Learning during the fifth semester leads more to strategy formulation after graduating from university where will work, that is, by arranging career pyramid and company dream. The purpose of this research is to find out whether professional value inculcation by corporate entrepreneurship during lecture actually is needed for corporate entrepreneurship students when having internship and be feasible that is called the Intrapreneur Bintang at a company. This research is done quantitatively with method by distributing questionnaires to corporate entrepreneurship students. The researcher uses non-probability purposive sampling as a method to ensure the accuracy of the factors that support the research variables. The result of this research is pro-active, opportunity recognition and networking variables that are able to be reflected by the students who have finished taking corporate wirausahawanship lecture to be an intrapreneur.

Keywords: *intrapreneur, networking, opportunity recognition, proactive*

ABSTRAK

Corporate entrepreneurship merupakan matakuliah yang disediakan oleh Universitas Ciputra. Tujuan disediakan matakuliah corporate entrepreneurship untuk memfasilitasi mahasiswa yang ingin menjadi seorang profesional disebuah perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penanaman nilai profesionalitas oleh corporate entrepreneurship selama di perkuliahan, secara nyata dibutuhkan bagi mahasiswa corporate entrepreneurship ketika magang dan menjadi layak disebut Intrapreneur Bintang disebuah perusahaan. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan metode membagi kuisioner kepada para mahasiswa corporate entrepreneurship. Peneliti menggunakan non- probability purposive sampling sebagai metode untuk memastikan ketepatan faktor – faktor yang mendukung variabel penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah variabel proaktif, opportunity recognition dan networking mampu direfleksikan oleh mahasiswa yang telah selesai mengambil mata kuliah corporate entrepreneurship untuk menjadi seorang intrapreneur. Variabel risk taking dan Inovasi tidak dapat diterapkan oleh mahasiswa ketika magang di perusahaan pilihan.

Kata Kunci: *intrapreneur, networking, opportunity recognition, proaktif*

1. PENDAHULUAN

Menurut Siagian dan Asfahani (1955) dalam Darajat dan Sumiyati (2015), wirausahawan adalah pionir pengembangan usaha yang menciptakan lapangan kerja, menghasilkan barang dan jasa yang lebih baik, lebih bermanfaat serta melakukan pengembangan dan membawa negara semakin baik secara

ekonomi. Faktanya, pelaku wirausahawan Indonesia masih 3,1% dibandingkan dengan negara maju lainnya (Kuwado, 2018).

Tabel 1.1 Rasio Perbandingan Jumlah Wirausaha dengan Populasi Penduduk

Nama Negara	Jumlah Wirausaha (jiwa)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase Wirausaha (%)
Amerika Serikat	38.266.800	318.890.000	12%
Tiongkok	135.569.000	1.355.690.000	10%
Jepang	12.700.000	127.100.000	10%
Singapura	378.000	5.400.000	7%
Malaysia	1.500.000	30.000.000	5%
Korea Selatan	2.008.000	50.200.000	4%
Indonesia	8.118.617	261.890.900	3,1%

Sumber: Harian Kompas (2017), koranjakarta.com (2018)

Hal ini tidak lepas dari penduduk Indonesia lebih condong menjadi karyawan daripada wirausaha. Hal ini didukung dari jurnal Lane (2009) dalam Solesvik (2017) individu lebih tertarik menjadi karyawan karena risikonya lebih kecil. Melihat kurangnya lapangan pekerjaan dan lebih banyak yang berminat menjadi pegawai maka, diperlukan tenaga kerja yang memiliki kompetensi yang tidak dimiliki tenaga kerja pada umumnya, kompetensi ini adalah pola pikir wirausahawan pada tenaga kerja atau disebut Intrapreneur. Intrapreneur menurut Pinchot (1985) dalam Friana dan Indriana (2015) adalah individu yang fokus pada inovasi dan kreativitas, serta kemampuan mengubah gagasan menjadi usaha yang menguntungkan untuk dieksekusi dalam lingkungan perusahaan. Intrapreneur juga dapat meningkatkan “corperative advantage” sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Melihat pentingnya menciptakan intrapreneur maka diperlukan campur tangan lembaga pendidikan salah satunya Universitas Ciputra yang memanfaatkan peluang ini dengan mendirikan mata *kuliah Corporate Entrepreneurship*. Magang yang diterapkan corporate wirausahawanship agar efektif dapat

menanamkan spirit intrapreneurship termasuk dalam internship program karena telah memenuhi sembilan tahap menurut Ruch (2014) dalam Huda (2020). Sehingga dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah apakah faktor innovativeness, *risk-taking*, proaktif, *networking opportunity recognition* yang diterapkan *corporate entrepreneur* diduga dapat merefleksikan spirit intrapreneurship pada mahasiswa yang telah magang diperusahaan pilihan?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu manajemen bidang kewirausahaan. Bagi Universitas Ciputra, penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi untuk membentuk kurikulum baru bagi mahasiswa yang memilih jalan karier sebagai SDM yang memiliki spirit intrapreneur.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1. Wirausaha

Menurut Huang dan Knight (2017) dalam Effendy (2018), wirausaha adalah kemampuan seseorang dalam menjalankan keahliannya untuk mengambil keputusan keputusan yang berbeda dengan orang lain untuk memanfaatkan sumber daya di sekitar agar lebih baik dari sebelumnya. Menurut Joewono (2013) dalam Effendy (2018), wirausaha adalah kegairahan seseorang dalam mengembangkan bisnis baru dengan memanfaatkan sumber daya yang ada agar memiliki nilai guna.

2.2 Intrapreneur

Menurut Fadhilah (2019), Intrapreneurship adalah sikap yang didasari oleh inisiatif untuk melakukan kerja lebih dari standard yang ditentukan serta sikap yang lebih berani mengambil resiko untuk menyelesaikan beban kerja yang diberikan. Dapat disimpulkan, Intrapreneurship akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Intrapreneurship menurut Budiharjo (2011) dalam Fadhilah (2019) adalah seorang yang orientasi pada inovasi serta kreativitas dan kemampuan menghasilkan ide yang dapat dieksekusi oleh perusahaan dan menghasilkan keuntungan. Berdasarkan beberapa referensi dari penelitian terdahulu, peneliti menyimpulkan beberapa variabel yang dapat dijadikan sebagai acuan sebagai karakter intrapreneur adalah *innovativeness*, *risk-taking*, proaktif, *opportunity recognition* dan *networking*.

2.3 Value Creation

Menurut Nurlaila (2010) dalam Amrullah *et al.*, (2018) *value creation* adalah kemampuan menciptakan nilai tambah dari setiap input yang diolah. Input ini adalah mahasiswa yang memilih mengambil mata kuliah corporate entrepreneurship dimana mata kuliah ini mengolah mahasiswanya agar memiliki pola pikir kewirausahaan atau disebut Intrapreneurship. Menurut Ghozali dan Latan (2015), metode ini memiliki dua tahapan yaitu dengan pengujian konstruk laten dimensi ke indikatornya, nilai tambah dalam perusahaan.

2.4 Kaitan antara Proaktif dengan Intrapreneur Spirit

Menurut Parker (2010) dalam Li *et al.*, (2020) karyawan *Proactiveness* merupakan aset sangat berharga bagi organisasi, karena *Proactiveness* mampu menemukan solusi kreatif terhadap masalah. Kepribadian *Proactive* merupakan bagian penting dapat terciptanya Inovatif. Menurut George (2001) dalam Li *et al.*, (2020) Pentingnya memiliki kepribadian yang *proactive* adalah memiliki kecenderungan untuk konsisten mengambil tantangan dan menyelesaikan tantangan dengan ide inovatif. Oleh karena itu, muncul hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Diduga proaktif dapat merefleksikan mahasiswa mata kuliah corporate entrepreneurship untuk menjadi seorang intrapreneur

2.5 Kaitan Antara *Innovativeness* dengan *Intrapreneur Spirit*

Innovativeness berperan penting dalam organisasi, karena dapat mempengaruhi kinerja, keberhasilan, dan kontinuitas organisasi dalam jangka panjang (Anderson *et al.*, 2014) dalam Riivari dan Lämsä (2019). Organisasi saat ini berkembang dengan pesat dan mampu bersaing dikarenakan mampu menciptakan ide baru yang akhirnya berkembang menjadi inovasi (Büschgens *et al.*, 2013) dalam Riivari & Lämsä (2019). Pentingnya memiliki pemikiran yang inovatif adalah mampu mempengaruhi arah strategis perusahaan yang lebih baik. Oleh karena itu, muncul hipotesis ke dua dalam penelitian ini adalah:

H₂: Diduga *Innovativeness* dapat merefleksikan mahasiswa mata kuliah *corporate entrepreneurship* untuk menjadi seorang intrapreneur

2.6 Kaitan Antara *Opportunity Recognition* dengan *Intrapreneur Spirit*

Menurut Baggen (2016) dalam Neessen *et al.*, (2019). *Opportunity recognition* dipengaruhi oleh keterlibatan dalam kegiatan yang berkaitan dengan inovasi serta pengembangan kemampuan atau kompetensi dalam mengenali peluang. *Opportunity recognition* bagi karyawan tidak hanya kesempatan dalam mendapat apresiasi melainkan harus meliputi analisis kelayakan kerja karyawan (Venkataraman 2000) dalam Neessen *et al.*, (2019). Oleh karena itu, muncul hipotesis ke tiga dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Diduga *Opportunity Recognition* dapat merefleksikan mahasiswa mata kuliah *corporate entrepreneurship* untuk menjadi seorang intrapreneur

2.7 Kaitan Antara *Risk Taking* dengan *Intrapreneur Spirit*

Menurut Wijandi (1988) dalam Purnomo (2017) *risk taking* merupakan sifat keberanian, keutamaan dan keteladanan dalam mengambil risiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Dengan memiliki kecenderungan *risk taking* maka dapat melihat manfaat yang berdampak atau peluang lebih luas bagi organisasi (Farrukh *et al.*, 2017). Oleh karena itu, muncul hipotesis ke empat dalam penelitian ini adalah:

H₄: Diduga *Risk Taking* dapat merefleksikan mahasiswa mata kuliah *corporate entrepreneurship* untuk menjadi seorang intrapreneur

2.8 Kaitan Antara *Risk Taking* dengan *Intrapreneur Spirit*

Networking merupakan gabungan dari sumber daya aktual dan potensial yang sebagai dampak positif dari koneksi yang dimiliki individu (Ghoshal, 1998) dalam Mahmudah dan Prasilowati (2017). *Networking* merupakan sumber daya berharga karena dapat menciptakan modal sosial (Kesner, 1993) dalam Mahmuda dan Prasilowati (2017). Oleh karena itu, muncul hipotesis ke lima dalam penelitian ini adalah:

H₅: Diduga *Networking* dapat merefleksikan mahasiswa mata kuliah *corporate entrepreneurship*

untuk menjadi seorang intrapreneur.

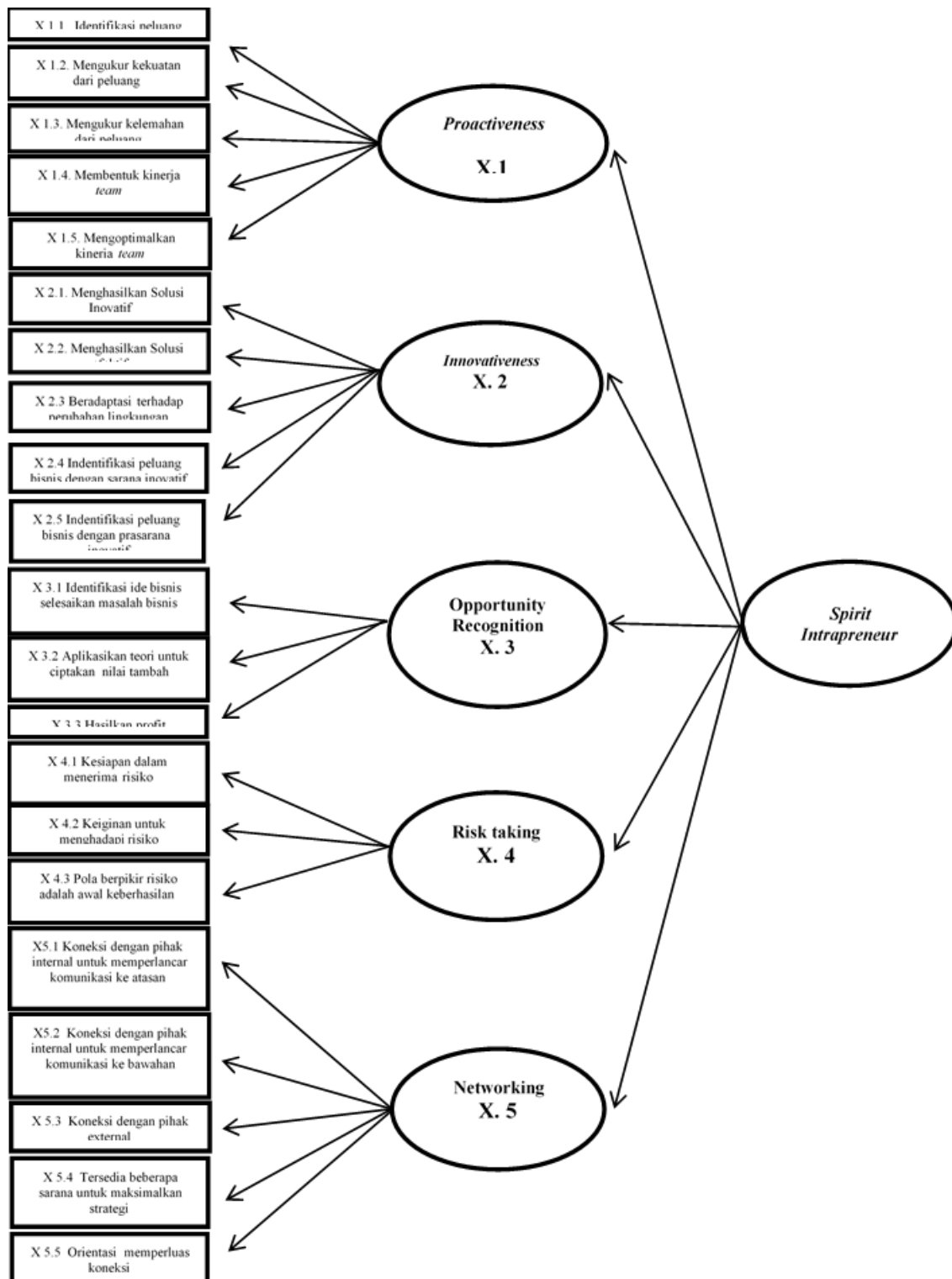
3 METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian mulai dari pengumpulan data, analisis pengumpulan data hingga hasil pengumpulan data dalam bentuk angka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian Kuantitatif dibedakan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Suliyanto, 2018). Penelitian ini menggunakan *metode non-probability purposive sampling*.

3.2 Subjek Penelitian

Populasi adalah seluruh bagian dari semua fakta atau objek yang diteliti (Nasution, 2017) Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Ciputra yang telah mengambil mata kuliah *corporate entrepreneurship* dan telah selesai menempuh mata kuliah *corporate entrepreneurship* dan menyelesaikan program magang pilihan yang diadakan jurusan minimal dua bulan. Menurut Roscoe dalam Ming *et al.*, (2018) SMARTPLS memiliki batasan responden yaitu minimal terdapat 30 hingga 500 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah angkatan 2015, 2016 dan 2017 yang tergabung dalam *corporate entrepreneurship* Universitas Ciputra dengan tidak diketahui pasti berapa jumlah populasinya. Tujuan pemilihan sampel ini karena telah menyelesaikan magang sehingga telah terjun kedalam dunia kerja secara langsung.



Gambar 1. Model Penelitian

Menurut Rao Purba dalam Fauzi (2017), untuk menentukan populasi dengan jumlah yang tidak diketahui bisa menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{z^2}{4 \times \dots}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4 \times (0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel dengan kriteria telah menyelesaikan mata kuliah *corporate entrepreneurship* dan program magang pilihan yang diadakan jurusan minimal dua bulan adalah sebanyak 97 mahasiswa

3.2. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor merupakan teknik analisis dengan mengurangi jumlah variabel dalam jumlah besar menjadi variabel yang lebih kecil (Ghozali & Latan, 2015). Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SMARTPLS 3.0 sebagai media untuk analisis faktor konfirmatori dengan second order confirmatory factor analisis. setelah itu dilanjutkan dengan pengujian konstruk laten ke konstruk dimensi.

3.2.1 First Order Construct

First Order Construct menguji model berdasarkan pengukuran dari konstruk laten ke dimensi indikatornya. Menurut Abdilah dan Jogiyanto (2015) dalam Effendy (2017) beberapa tahapan yang wajib diterapkan dalam *first order construct* adalah:

1. Penentuan validitas convergent dan discriminant.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam validitas convergent adalah:

- a. Nilai *loading factor outer model*, rekomendasi nilai untuk analisis faktor konfirmatori adalah lebih besar dari 0,70
- b. Nilai *average variance extracted*, rekomendasi nilai untuk analisis faktor konfirmatori adalah lebih besar dari 0,50

Pada validitas discriminant, hal penting yang harus diperhatikan adalah nilai cross loading, dimana rekomendasi nilai untuk analisis faktor konfirmatori adalah lebih besar dari 0,70 pada setiap variable. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam uji reliabilitas adalah:

- a. Nilai *cronbach alpha*, rekomendasi nilai untuk analisis faktor konfirmatori adalah lebih besar dari 0,70
- b. Nilai *composite reliability*, rekomendasi nilai untuk analisis faktor konfirmatori adalah lebih besar dari 0,70

Dilihat dari nilai uji hipotesis reflektif setiap indikator terhadap variabel dimensi dengan melihat nilai T-statistics outer loading, nilai yang disarankan lebih besar dari 1,96 untuk setiap indicator

3.2.2 Second Order Construct

Menurut Abdilah dan Jogiyanto (2015) dalam Effendy (2017) pada *second order-construct*, dilakukan uji model pengukuran dari konstruk laten ke konstruk dimensi. Hal yang harus diperhatikan adalah:

1. Pada uji validitas dan reliabilitas dari konstruk laten ke dimensinya, memiliki persamaan batasan nilai dan parameter dengan first order construct dimana nilai loading factor berdasarkan nilai dari path coefficient variabel laten dimensi

terhadap variabel laten utama. Apabila nilai lebih kecil dari 0,70 maka variabel laten dimensi dan indikatornya harus direduksi. Uji validitas ketika diaplikasikan dalam penelitian ini maka muncul variabel Inovasi (X2) memiliki nilai 0,676 dan variabel Risk Taking 0,592 sehingga ke dua variabel ini harus dieliminasi karena tidak memenuhi persyaratan yaitu memiliki nilai di bawah 0,70

2. Evaluasi konstruk berhubungan dengan penggunaan koefisien determinasi (R2). Nilai (R2) berupa penjelasan besaran nilai indikator yang membentuk variabel. Semakin tinggi nilai (R2) maka semakin baik kualitas prediksi dari model penelitian tersebut. Evaluasi Konstruk ketika dilakukan dalam penelitian maka muncul Variabel laten utama dibentuk oleh variabel proaktif (X1) dengan 2 indikator sebesar 74,8% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 25,2%. Variabel laten utama dibentuk oleh variabel opportunity recognition (X3) dengan 1 indikator sebesar 55,6% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 44,4%. Variabel laten utama dibentuk oleh variabel networking (X5) dengan 2 indikator sebesar 79,0% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 25,2%.
3. Uji hipotesis reflektif variabel laten dimensi terhadap variabel laten utama dengan nilai T-statistics path coefficient, rekomendasi nilai adalah lebih besar dari 1,96 pada setiap dimensi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat uji loading factor outer model telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat 15 indikator yang dieliminasi karena memiliki nilai dibawah 0,70. Kedua adalah uji *Average Variance Extracted (AVE)* dan *cross loading*. AVE memiliki kriteria bahwa nilai harus di atas 0,50 serta untuk *cross loading* harus di atas 0,70.

Tabel 1. AVE Variabel Penelitian Setelah Eliminasi Indikator

Variabel	AVE
<i>Proactive</i>	0,702
<i>Opportunity Recognition</i>	1,000
<i>Networking</i>	0,783

Sumber: Data Diolah (2020)

Data pada tabel 1 menunjukkan bahwa setiap faktor laten dimensi pada uji AVE dengan angka di atas 0,50 sehingga termasuk dalam kategori konstruk yang baik. Dalam second order confirmatory factor analysis terdapat dua macam reliabilitas yaitu uji cronbach alpha dan uji composite reliability, dimana kedua uji ini memiliki persyaratan nilai harus diatas 0,70.

Tabel 2. *cronbach alpha* dan *composite reliability* Variabel Penelitian Setelah Eliminasi Indikator

Variabel	<i>cronbach alpha</i>	<i>composite reliability</i>
<i>Proactive</i>	0,724	0,876
<i>Opportunity Recognition</i>	1000	1000
<i>Networking</i>	0,786	0,878

Sumber: Data Diolah (2020)

Data pada tabel 2 menampilkan nilai uji cronbach alpha dan uji *composite reliability* di atas 0,70 sehingga faktor-faktor dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliable. Untuk uji T pada first order construct adalah nilai jalur dari indikator terhadap variabel X. Pada tabel 3 di bawah, menampilkan data bahwa seluruh indikator memiliki nilai t-

statistics di atas 1,96, oleh karena itu uji hipotesis reflektif *first order construct* dapat diterima.

Tabel 3 Tabel T-statistic *first order*

Indikator	Nilai
X1.1 <- Proaktif (X1)	56,632
X1.2 <- Proaktif (X1)	30,613
X3.3<- Opportunity Recognition (X3)	000
X5.3 <- Networking (X5)	14,667
X5.4 <- Networking (X5)	20,712
X5.5 <- Networking (X5)	29,072

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Nilai R^2 atau koefisien determinasi adalah penjelasan besaran nilai dari indikator yang membentuk variabel. Variabel laten utama dibentuk oleh variabel proaktif (X1) dengan 2 indikator sebesar 74,8% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 25,2%. Variabel laten utama dibentuk oleh variabel opportunity recognition (X3) dengan 1 indikator sebesar 55,6% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 44,4%. Variabel laten utama dibentuk oleh variabel networking (X5) dengan 2 indikator sebesar 79,0% sehingga sisanya dibentuk oleh indikator lain di luar model sebesar 25,2%.

Tabel 4. Tabel T-statistic *Second Order*

	T-statistic
<i>Spirit Intrapreneur-> Networking</i>	33,016
<i>Spirit Intrapreneur-> Opportunity Recognition</i>	13,151
<i>Spirit Intrapreneur-> Proaktif</i>	40,218

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai t-statistik seluruh variabel di atas 1,96. Dapat disimpulkan variabel proaktif

(X1), *opportunity recognition* (X3), dan *networking* (X5) secara signifikan mampu menggambarkan spirit intrapreneurship. Berdasarkan hasil pembagian kuisioner yang telah dilakukan, terdapat beberapa poin penting yang peneliti temukan sebagai faktor-faktor yang dapat merefleksikan Spirit Intrapreneurship pada mahasiswa corporate entrepreneurship Universitas Ciputra.

Menurut Parker (2010) dalam Li *et al.*, (2020) karyawan *Proactiveness* merupakan aset sangat berharga bagi organisasi, karena *Proactiveness* mampu menemukan solusi kreatif terhadap masalah. Kepribadian Proaktif merupakan bagian penting dapat terciptanya Inovatif. Menurut George (2001) dalam Li *et al.*, (2020). *Innovativeness* berperan penting dalam organisasi, karena dapat mempengaruhi kinerja, keberhasilan, dan kontinuitas organisasi dalam jangka panjang (Anderson *et al.*, 2014) dalam Riivari dan Lämssä, (2019). Organisasi saat ini berkembang dengan pesat dan mampu bersaing dikarenakan mampu menciptakan ide baru yang akhirnya berkembang menjadi inovasi (Büschgens *et al.*, 2013) dalam Riivari dan Lämssä (2019). Menurut Baggen (2016) dalam Neessen *et al.*, (2019), *Opportunity recognition* dipengaruhi oleh keterlibatan dalam kegiatan yang berkaitan dengan inovasi serta pengembangan kemampuan atau kompetensi dalam mengenali peluang. *opportunity* tidak hanya kesempatan dalam mendapat apresiasi melainkan harus meliputi analisis kelayakan kerja karyawan (Venkataraman 2000) dalam Neessen *et al.*, (2019).

Menurut Wijandi (1988) dalam Purnomo (2017) *risk taking* merupakan sifat keberanian, keutamaan dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan

sendiri. Dengan memiliki kecenderungan risk taking maka dapat melihat manfaat yang berdampak / peluang lebih luas bagi organisasi Farrukh *et al.*, (2017) *et al.*, (2017). *Networking* merupakan gabungan dari sumber daya aktual dan potensial yang sebagai dampak positif dari koneksi yang dimiliki individu (Ghoshal, 1998) dalam (Mahmudah & Prasilowati, 2017). *Networking* merupakan sumber daya berharga karena dapat menciptakan modal sosial (Kesner, 1993) dalam Mahmuda dan Prasilowat (2017).

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, terdapat tiga faktor yang dapat merefleksikan Spirit Intrapreneurship, meliputi *networking*, proaktif, dan *opportunity recognition*. Variabel *Networking* memiliki urutan pertama sebagai faktor yang dapat merefleksikan *spirit intrapreneurship*. Menurut Razavi and Ab Aziz (2017) dalam Neessen *et al.*, (2019) *Networking* adalah bagian penting dalam terbentuknya *spirit intrapreneur*. *Networking* memiliki keterkaitan yang kuat dengan organisasi lain dan tingkat pembelajaran wirausaha di sebuah universitas. *Networking* adalah gabungan sumber daya aktual serta potensial dan sebagai sumber daya berharga karena dapat menciptakan modal sosial (Mahmuda & Prasilowat 2017). Ciputra memiliki *Career Center* dimana *Career Center* memiliki koneksi dengan banyak perusahaan besar diluar Universitas Ciputra. *Corporate entrepreneurship* bekerjasama dengan *Career Center* oleh karena itu *Coporate Entrepreneurship* dapat mengadakan acara *Career Expo*, sehingga dari acara ini mahasiswa bisa menimbang perusahaan mana yang sesuai dengan passion mereka. Ketika mereka sudah menemukan perusahaan yang diinginkan saat *Career Expo* maka mahasiswa sebagai panitia acara dapat lebih leluasa untuk langsung berinteraksi dengan perusahaan yang bersangkutan.

Cakupan modal sosial ini sesuai dengan kondisi mahasiswa *corporate entrepreneurship* dimana dukungan sosial bisa berupa konsultasi ke dosen fasilitator ketika menghadapi masalah ditempat magang, kebebasan berexpressi dan kesempatan pengembangan diri bisa dilaksanakan saat magang berlangsung dimana magang adalah saat yang tepat bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan *spirit intrapreneurship* yang sudah ditanamkan oleh *corporate entrepreneurship* sebelumnya.

Variabel Proaktif adalah variabel tertinggi kedua yang dapat merefleksikan *spirit intrapreneurship* pada mahasiswa *Corporate Entrepreneurship*. Menurut Alpkhan *et al.*, (2010) dalam Friana dan Indriana (2015) inisiatif dan inovasi sangat penting dalam proses *intrapreneurship*. Menurut Joo (2015) dalam Abril (2016), individu yang proaktif memiliki kecenderungan untuk secara aktif melihat dan menangkap peluang bagi perusahaan tempat dia bekerja. Hal ini juga didukung oleh Fellnhofer *et al.*, (2016) dalam Neessen *et al.*, (2019) bahwa seorang *intrapreneur* dalam organisasi harus proaktif terhadap perubahan pasar agar organisasi dapat menciptakan inovasi untuk menangkap peluang – peluang baru. Kemampuan membaca peluang ini sudah dibentuk oleh *corporate entrepreneurship* saat proses *Hack a Ton* dimana para mahasiswa harus mencari peluang apa yang sesuai untuk mengatasi permasalahan perusahaan kerjasama. Permasalahan pada perusahaan kerjasama cenderung mengenai peningkatan jumlah pengunjung. Untuk mengatasi permasalahan ini maka harus bisa mencari event yang sedang naik daun, banyak penggemar, dan bisa dieksekusi. Pengatasan masalah ini juga memiliki keterbatasan waktu karena harus bisa membaca moment yang tepat. Serta diperlukan inisiatif yang tinggi untuk

menganalisis setiap momentum agar peluang tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif dan maksimal.

Variabel *Opportunity Recognition* adalah variabel urutan ketiga yang dapat merefleksikan *spirit intrapreneurship* pada mahasiswa *Corporate Entrepreneurship*. Menurut Garcia-Morales *et al.*, (2014) dalam Neessen *et al.*, (2019) *opportunity recognition* adalah sebuah aktivitas baru yang dijalankan dalam sebuah perusahaan atau organisasi hingga menjadi rutinitas baru dalam perusahaan atau organisasi tersebut dengan tujuan mengejar peluang baru. Untuk mengoptimalkan peluang baru ini maka diperlukan kejelian individu dalam menggali peluang yang baru ditemukan tersebut dengan mengaitkan sumber daya perusahaan serta pengetahuan yang tepat dan efektif untuk memanfaatkan peluang tersebut (Baczynska *et al.*, 2016) dalam Neessen *et al.*, (2019). Hal ini juga didukung Baggen *et al.*, (2016) dalam Neessen *et al.*, (2019) bahwa kemampuan *opportunity recognition* tergantung dari seberapa banyak individu terlibat dalam aktivitas terkait inovasi, dan kompetensi identifikasi peluang dalam sebuah organisasi, karena semakin sering dilakukan maka individu akan semakin percaya diri dan yakin bahwa kesempatan tersebut bisa dicapai. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan *corporate entrepreneurship* dimana usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa adalah dengan cara pengenalan kompetensi para mahasiswa melalui pembelajaran IKIGAI dan Gallup untuk mengenali kelemahan dan kelebihan diri bahkan terdapat cara mengatasi kelemahan tersebut. Pengenalan diri secara tidak langsung untuk menemukan ketertarikan dalam dunia kerja. *Corporate entrepreneurship* juga melibatkan mahasiswa dalam aktivitas terkait inovasi pada proses *Hack*

A Ton dimana seluruh mahasiswa harus mampu menyumbang ide agar dapat membuat event yang menarik. *Corporate Entrepreneur* juga bekerjasama dengan *Career Expo Universitas Ciputra* sehingga menjadi peluang bagi mahasiswa untuk melamar magang di perusahaan yang disenangi dan sesuai dengan ketertarikan mahasiswa.

Variabel *Risk Taking* ternyata tidak dapat mencerminkan *spirit intrapreneurship* bagi mahasiswa *Corporate Entrepreneurship*. Menurut Astuti (2019) semakin besar dan berkembangnya sebuah organisasi maka, semakin tinggi kompleksitas dalam suatu organisasi. semakin tinggi kompleksitas maka dibutuhkan inovasi dan langkah yang mengandung risiko. Karyawan yang berani mengambil resiko seringkali menduduki jabatan strategis. Sedangkan mahasiswa *corporate entrepreneurship* hanya sebatas magang sehingga tidak dapat mengolah sumberdaya perusahaan secara maksimal karena kepentingan rahasia data perusahaan (Huda, 2020).

Inovasi menurut Everett (1995) dalam Kristiani (2018) adalah sejauh mana individu relatif lebih dahulu mengadopsi ide-ide baru dari anggota lain dalam suatu sistem. Salah satu faktor yang dapat menumbuhkan inovasi adalah faktor eksternal berupa kondisi lingkungan dan dukungan para pemimpin seseorang tersebut bekerja (Li & Zheng, 2014) dalam Yorganci (2018). Namun yang terjadi di lapangan adalah adanya prasangka negatif mengenai anak magang dan program magang (Huda, 2020). Sehingga prasangka negatif ini akan menghambat mahasiswa *Corporate Entrepreneurship* menghasilkan inovasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan analisis dan pembahasan data, bahwa terdapat tiga dari lima variabel sebagai faktor yang dapat

merefleksikan spirit intrapreneurship pada mahasiswa *Corporate Entrepreneurship* Universitas Ciputra. Jika diurutkan berdasarkan nilai loading factor dan koefisien determinasi maka faktor yang paling dapat merefleksikan spirit intrapreneurship adalah *networking*, proaktif, dan *opportunity recognition*.

5.1 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, dua faktor tertinggi yang dapat merefleksikan spirit intrapreneurship pada mahasiswa *Corporate Entrepreneurship* Universitas Ciputra adalah *networking* dan proaktif. Dimana kedua faktor ini saling berkaitan. Oleh karena itu, *Corporate Entrepreneurship* dapat lebih memperluas *networking* seperti lebih banyak menjalin kerjasama dengan perusahaan agar mahasiswa dapat lebih memiliki banyak pilihan perusahaan yang sesuai dengan passion mahasiswa. Semakin sesuai dengan passion mahasiswa maka semakin tinggi juga faktor proaktif mahasiswa tersebut di tempat magang perusahaan pilihan.

5.2 Saran

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan tipe kriteria responden yang berbeda, contohnya seperti para-alumni yang benar-benar sudah berkecimpung di dunia korporat dengan menggunakan variabel yang sama kemudian dibandingkan dengan hasil penelitian ini. Apakah spirit intrapreneur yang terbentuk sama atau tidak. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain di luar dari penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat lebih mencerminkan spirit intrapreneurship pada mahasiswa. Serta dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai faktor apa saja yang dibutuhkan untuk dapat mencerminkan spirit intrapreneurship di dunia kerja.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Populasi penelitian ini terbatas pada mahasiswa *Corporate Entrepreneurship* Universitas Ciputra angkatan 2015, 2016 dan 2017 sehingga memiliki latar belakang dan pengalaman yang kurang lebih sama sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk objek dalam penelitian lain. Peneliti juga mengalami kesulitan dalam memperoleh data para-alumni.

DAFTAR PUSTAKA

- Abril, D.W.(2016). *Revista Brasileira de Ergonomia*, 9(2), 10.
- Amrullah, R., Ismail, T., & Uzliawati, L. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi, Intellectual Capital Dan Keragaman Pengukuran Kinerja Terhadap Kinerja Organisasi (Study Empiris Perusahaan Manufaktur Di Provinsi Banten). *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa*, 3(2), 221–240.
- Astuti, E. D. (2019). Perencanaan Strategi Bisnis dengan Penerapan *Corporate Entrepreneurship* dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Studi Empiris Pada : UKM Industri Pakaian Jadi Kota Bekasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), 6. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v8i1.260>

- Coleman, B. D., & Fuoss, R. M. (1955). Quaternization Kinetics. I. Some Pyridine Derivatives in Tetramethylene Sulfone. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 5472–5476. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship. *Pendidikan Kewirausahaan*, 1–53.
- Effendy, J. A. (2017). Faktor-Faktor Pendorong Keputusan Menjadi Seorang Hybrid Entrepreneur
- Effendy, J. A. (2018). Eksplorasi Faktor-Faktor Pendorong Keputusan Untuk Menjadi Seorang Hybrid Entrepreneur Pada Alumni Universitas Ciputra [Exploring the Factors that Encourage Ciputra University Alumni to Become Hybrid Entrepreneurs]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 13(2), 272. <https://doi.org/10.19166/derema.v13i2.827>
- Fadhilah, J. (2019). Pengaruh Orientasi Kerja Dan Intrapreneurship Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Bank Sumut Pusat Jalan Imam Bonjol Medan (Doctoral Dissertation, Unimed).
- Farrukh, M., Chong, W. Y., Mansori, S., & Ravan Ramzani, S. (2017). Intrapreneurial behaviour: the role of organizational commitment. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(3), 243–256. <https://doi.org/10.1108/wjemsd-03-2017-0016>
- Fauzi, R. U. A. (2017). Pengaruh harga dan free wi-fi terhadap keputusan pembelian produk pada angkringan di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 17(2), 62–74. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol17.iss2.art4>
- Friana, R., & Indriana, I. (2015). Pengaruh Intrapreneurship Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Tangerang. *Jurnal Manajemen*, 19(1), 14. <https://doi.org/10.24912/jm.v19i1.102>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, K. N. (2020). Towards Developing a Pro-Entrepreneurship Internship Program: An Appraisal of Southern University Model. *Shanlax International Journal of Education*, 8(3), 10–18. <https://doi.org/10.34293/education.v8i3.2670>
- Li, F., Chen, T., Chen, N. Y. F., Bai, Y., & Crant, J. M. (2020). Proactive yet reflective? Materializing proactive personality into creativity through job reflective learning and activated positive affective states. *Personnel Psychology*, 73(3), 459–489. <https://doi.org/10.1111/peps.12370>
- Mahmudah, S., & Prasilowati, S. L. (2017). Modal Sosial Dan Kinerja Kewirausahaan Perempuan Berwirausaha Di Dki Jakarta. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 18(3), 283-294.

- Ming, W. W. P., Tee, N. E., & Hua, C. C. (2018). Transformational Leadership, Motivation, and Organizational Commitment towards Corporate Social Responsibility in Banking Service Industry, Sarawak. *Global Business & Management Research*, 10(2), 58–70.
- Neessen, P. C. M., Caniëls, M. C. J., Vos, B., & de Jong, J. P. (2019). The Intrapreneurial Employee: Toward an Integrated Model of Intrapreneurship and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 545–571. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0552-1>
- Purnomo, B. R. (2017). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Motivasi Berwirausaha Pada Penyandang Tunarungu. *Ekspektra*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.25139/ekt.v1i1.85>
- Riivari, E., & Lämsä, A. M. (2019). Organizational Ethical Virtues of Innovativeness. *Journal of Business Ethics*, 155(1), 223–240. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3486-6>
- Solesvik, M. Z. (2017). Hybrid Entrepreneurship : How and Why Entrepreneurs Combine Employment with Self-Employment. *Technology Innovation Management Review*, 7(3), 33–41.
- Suliyanto. (2018). Pelatihan Metode Pelatihan Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(2), 223–232. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.0>