

4. HASIL ANALISA

4.1. Gambaran Umum Industri

Industri makanan dan minuman di Jawa Timur sebagian besar masih di dominasi oleh Industri kecil dan menengah. “Dari jumlah 600 anggota GAPMMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia) itu, 75%nya terdiri dari UKM, UMKM, industri kecil dan Home Industry, 15% pengusaha menengah ke atas dan 10% pengusaha besar, pengusaha industri main yang berskala UKM dan home industri sesuai jumlah data Gappmi sekitar 800 unit termasuk yang bukan menjadi anggota GAPMMI.”(Sinatra,2008). Industri makanan dan minuman ini merupakan salah satu penyerap tenaga kerja yang efektif untuk mengurangi pengangguran, “Dengan meningkatnya industri UKM menjadi industri besar selain bisa menghasilkan devisa juga membantu pemerintah Jatim mengurangi pengangguran yang saat ini menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jatim jumlahnya sekitar 800 ribu orang,”(Darmawan,2008). Industri makanan dan minuman ini secara nasional tidak terlalu terpengaruh oleh krisis, namun secara regional Jawa timur Industri ini sedikit terpengaruh. “Pengusaha makanan dan minuman akan mengurangi produksinya hingga 30%. Ini dilakukan sebagai dampak adanya krisis ekonomi global dunia yang ternyata juga berimbas pada beberapa industri di Jatim khususnya yang bergerak di sektor makanan dan minuman.”(Sinatra,2008).

Pertumbuhan industri makanan dan minuman dari tahun ke tahun menunjukkan angka pertumbuhan yang menggembirakan, Mengacu pada data BPS, peningkatan omzet industri pangan baik skala besar, menengah, kecil dan rumah tangga selalu tumbuh dengan besaran 10 – 12 % per tahun. Pada tahun 2002 mencapai Rp. 163,6 triliun, Pada tahun 2003 telah meningkat menjadi Rp.182,6 triliun, dan tahun 2004 mencapai Rp. 207,3 triliun, tahun 2005 mencapai angka Rp. 220 triliun. Sedangkan tahun 2006 menembus jumlah Rp. 250 triliun.(Badan Pusat Statistik,2007). Kinerja industri main tahun 2008 diperkirakan tumbuh 5% dengan omset Rp326 triliun. Nilai ekspor makanan dan minuman tahun 2007 mencapai US\$2 miliar atau sekitar Rp19 triliun. Itu yang olahannya. Kalau ditambah dengan ikan dan

lain-lain, kita mengekspor antara US\$6-7 miliar. Jika ditambah kelapa sawit maka bisa mencapai US\$10 miliar. Kalau makanan olahan hanya US\$2 miliar. Industri makanan dan minuman dalam negeri baru mengolah Rp326 triliun atau masih relatif kecil.(Darmawan,2008). Hal tersebut menggambarkan bahwa peluang di bisnis ini masih terbuka luas.

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

Kami mengambil sampel sebanyak 9 perusahaan di wilayah Jawa timur, antara lain:

Perusahaan Makanan Ringan (CV. Soponyono)

1. CV.Soponyono

CV.Soponyono merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan ringan yang berdiri sejak tahun 1980. Yang mendirikan CV.Soponyono adalah Bapak Eric Soedibjo. Produk utama dari CV.Soponyono adalah permen lollipop. Perusahaan ini berlokasi di jalan kenjeran 303. Jumlah tenaga kerja pada perusahaan ini berjumlah 70 orang.

2. PT. Sinar Kentjana Surabaya

Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan yang berdiri sejak tahun 1960. Yang mendirikan PT. Sinar Kentjana Surabaya merupakan almarhum Bapak Hendro Pranoto sebagai pendiri pertama yang kemudian dilanjutkan oleh Bapak Nyotowandi sebagai generasi kedua. Produk utama dari perusahaan ini berupa agar-agar yang memiliki bahan dasar dari rumput laut. Perusahaan ini berlokasi di jalan kenjeran 80-84. Perusahaan ini memiliki tenaga kerja berjumlah 200 orang.

3. UD.Super Sari Pangan

Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan ringan yang berdiri sejak tahun 1993. Yang mendirikan UD.Super sari pangan adalah Bapak Fendi. Produk utama dari UD.Super Sari Pangan adalah snack dan kerupuk. Perusahaan ini berlokasi di jalan kalijudan madya I no 43. Jumlah tenaga kerja pada perusahaan ini berjumlah 52 orang.

4. Roti In

Roti In merupakan perusahaan roti bakery yang berdiri sejak 1935 dengan nama Roti Tjwan Bo (UD.Sumber Inti Rasa), sesuai dengan nama pendirinya yakni Tjo Tjwan Bo yang memulai usahanya sebagai home industry dan membuat berbagai macam kue dan pastry dengan resep peninggalan Belanda. Tetapi sejak tahun 1996 namanya diganti menjadi Roti In karena terjadi masalah keluarga, nama Roti In ini sesuai dengan nama pemiliknya saat ini yaitu In Iswarini yang juga merupakan cucu dari Tjo Tjwan Bo. Produk-produk yang dihasilkan Roti In hingga saat ini antara lain adalah roti, pastry, kue kering, kue basah, kue taart, dan donat. Namun, yang menjadi produk andalan Roti In sendiri yaitu roti dan donat. Jumlah karyawan Roti In sudah lebih dari 100 orang dengan 40 orang di outlet pusatnya yang berada di jalan Prapen.

5. Brownies Kukus AMANDA

Brownies kukus Amanda didirikan oleh Hj.Sumiwiludjeng sejak tahun 1999 dengan resep buatannya sendiri. Brownies yang dimasak dengan cara dikukus ini dibuka di kompleks pertokoan Metro, Margahayu, Bandung oleh anaknya Joko dan Atin pada tahun 2000. Kemudian pindah ke Jl. Tata Surya 11 pada tahun 2001 dan resmi memilih nama Amanda yang kemudian menjadi C.V. yang menurutnya memiliki arti Anak Mantu Damai. Tahun 2002, mereka pindah ke Jl. Rancabolang No.2 di kawasan yang sama dan membuka 4 cabang baru antara lain; di jl. Cikawao, Jl. Antapani, Hyper Square Pasir Kaliki, dan toko mobil di Jl. Dago. Awal tahun 2004, pusat toko mereka pindah ke bangunan permanen dua lantai dan berhalaman lapang yang megah di Jl Rancabolang No 29, Margahayu, Bandung. Andi dan Sugeng juga ditarik ke kantor pusat untuk memegang jabatan sebagai direktur keuangan dan direktur operasional. Sementara itu, pabrik pembuatan Brownies Kukus Amanda tetap di Jl. Rancabolang 2.

4 rasa baru untuk mendampingi brownies kukus rasa orisinal, yaitu cheese cream, blueberry, tiramisu, dan choco marble sebagai topping. Karena hanya

topping, rasa kue orisinal tetap bisa dinikmati pada lapisan bawahnya. Harga Brownies Kukus Amanda kini antara Rp19.500 hingga Rp29.000. Pada Tahun 2007 dan 2008 Amanda Brownies membuka cabang-cabang baru di kota bogor dan Surabaya diantaranya di Jl.Kutai no.8. Hingga saat ini total karyawan Amanda Brownies lebih dari 200 orang.

6. PT. ELODA MITRA (BERNARDI)

PT. ELODA MITRA merupakan produsen Daging Olah ternama dari Jawa Timur dengan Merk dagang "BERNARDI". Ber-alamat di Komplek Pergudangan Sinar Buduran Jl. Lingkar Timur Blok. B No. 1-6, Banjarsari Buduran Sidoarjo - Jawa Timur, perusahaan ini telah berkecimpung di bidang ini selama puluhan tahun. Produk utamanya adalah sosis yang terbuat dari daging sapi dan daging ayam, bakso dengan berbagai ukuran terbuat dari daging sapi dan daging ayam, dan juga burger sapi.

7. UD. Sinar Agung

Merupakan pabrik keripik jagung yang telah merintis usaha sejak 1980 dengan menggunakan merk Happytos. Pendiri dari UD. Sinar Agung ini adalah bapak Tjokro Wibowo. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan sebagai pendukung operasional pabrik ini adalah 47 orang.

8. PT. PANCATRADI (LONDON BISCUIT)

Perusahaan biskuit PT. PANCA SEJATI MITRA DINAMIKA atau yang lebih dikenal sebagai PT.PANCATRADI terletak di Jl. Jenggolo 21 Sidoarjo. Perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan pada tahun 1958 oleh Bapak Edy Soegiarto dan menjabat sebagai pimpinan perusahaan. Pendirian tersebut didasarkan pada akte pendirian no.92/DPD/1958 dan tercatat pada tanggal 01 Januari 1958. Selain akte pendirian tersebut, produk dari perusahaan biskuit PT.PANCATRADI ini juga tercatat pula pada Departemen Kesehatan Republik Indonesia MD No.9865266. Dalam menjalankan usahanya PT. PANCATRADI memiliki visi, misi dan strategi perusahaan. Visi perusahaan adalah membuat biskuit,

wafer, wafer stik dan jelly yang lezat dan bergizi tinggi. Misi perusahaan adalah menjadikan perusahaan mempunyai pangsa pasar yang luas, dengan produk yang berkualitas tinggi dan harga yang bersaing. Strategi perusahaan adalah mengurangi barang cacat, mengurangi aktivitas aktivitas yang tidak bernilai tambah dan meningkatkan proses produksi. Pada tahun 1990, Bapak Sucahyo Effendi, yang sampai sekarang menjabat sebagai Direktur Utama, menggantikan posisi ayahnya yaitu Bapak Edy Soegiarto untuk memimpin perusahaan ini. Total karyawan yang bekerja di perusahaan ini berjumlah ±650 orang, yang terbagi atas ±600 orang bagian produksi dan ±50 orang di bagian perkantoran.

9. PT. Laksana Djaya

Pabrik kerupuk laksana djaya telah merintis usaha sejak tahun 1976 yang memproduksi kerupuk udang berbagai jenis. Perusahaan ini menjual aneka krupuk udang dengan bentuk yang berbeda, rasa, aroma dan warna produk khas, yang berbeda dengan produk di pasaran selama ini. Direktur utama dari perusahaan yang beralamat di jalan Bligo, Sidoarjo, ini adalah Bapak Sugeng Siswanto. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan sebagai pendukung operasional pabrik ini adalah 75 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan, 1 orang kasir, 1 orang akunting, 1 orang bagian pembelian, 1 orang mandor produksi, 1 orang mandor gudang, 2 orang satpam, 1 orang teknisi, 1 orang tukang kebersihan, 3 orang sopir, 2 orang kernet dan 60 orang pekerja. jam kerja yaitu pukul 07.00-15.00.

4.2. Analisa Deskriptif

Setelah melakukan penelitian pada objek yang diteliti, kami membagi variabel-variabel penelitian berdasarkan aspek-aspek umum dalam entrepreneurial orientation di dalam perusahaan dan menerjemahkannya ke dalam angka-angka berdasarkan rangking dengan metode likert scale.

4.2.1 Distribusi Frekuensi Demografi Kayawan

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Nama Bagian Tempat Bekerja Karyawan

No	Bagian	Frekuensi	Prosentase(%)
1	Accounting	4	14.8
2	Administrasi	2	7.4
3	Distribusi	1	3.7
4	Ekspedisi	1	3.7
5	Finance	1	3.7
6	Kasir	1	3.7
7	Keuangan	2	7.4
8	KO	1	3.7
9	Mandor	1	3.7
10	Marketing	3	11.1
11	Pemasaran	1	3.7
12	Pembelian	2	7.4
13	Penjualan	1	3.7
14	Produksi	3	11.1
15	Purchasing	1	3.7
16	QC	1	3.7
17	Staff Ekspor	1	3.7
	Total	27	100

Dari tabel 4.1. diatas dijelaskan bahwa sebanyak 14,8% karyawan bekerja pada bagian accounting, 11,1% bekerja pada bagian Marketing dan Produksi, 7,4% bekerja pada bagian Administrasi, Keuangan, dan pembelian. Sisanya merupakan karyawan dari bagian lainnya.

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Karyawan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase(%)
1	Pria	10	37
2	wanita	17	63
	Total	27	100

Dari tabel 4.2 diatas dijelaskan bahwa sebanyak 37% karyawan berjenis kelamin pria, dan 63% sisanya berjenis kelamin wanita. Dapat dilihat bahwa sebagian besar karyawan di perusahaan yang diteliti berjenis kelamin waista.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Kelompok Usia Karyawan

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Kurang dari 25 th	4	14.8
2	25-35 th	14	51.9
3	36-45 th	5	18.5
4	46-55 th	2	7.4
5	Lebih dari 55 th	2	7.4
	Total	27	100

Dari tabel 4.2 diatas dijelaskan bahwa sebanyak 14,8% karyawan berusia di bawah 25 tahun, 51,9% berusia antara 25-35 tahun, 18,5% berusia antara 36-45 tahun, 7,4% berusia antara 46-55 tahun, dan 7,4% sisanya berusia lebih dari 55 tahun.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pendidikan Karyawan

No	Pendidikan	Frekuensi	Prosentase (%)
1	Tamat sekolah menengah	13	48.1
2	Tamat pendidikan tinggi (D-3, D-4, S-1)	13	48.1
3	Tamat pascasarjana (S-2, S-3)	1	3.7
	Total	27	100

Dari table 4.3 dijelaskan bahwa 48,1% Karyawan tamat sekolah menengah, 48,1% tamat pendidikan tinggi, dan 3,7 persen tamat pascasarjana.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Lama Bekerja Karyawan

No	Lama Bekerja	Frekuensi	Prosentase (%)
1	1 – 5 tahun	12	44.4
2	> 5 tahun – 10 tahun	6	22.2
3	> 10 tahun	9	33.3
	Total	27	100

Dari table 4.6 dijelaskan bahwa 44,4% karyawan telah bekerja selama 1-5 tahun, 22,2% karyawan telah bekerja selama 5-10 tahun, 33,3% karyawan telah bekerja selama lebih dari 10 tahun. Kecenderungan yang bisa dilihat adalah bahwa karyawan di perusahaan keluarga di industri ini cenderung tidak menetap untuk jangka waktu yang lama.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jam Kerja Karyawan

No	Jam Kerja	Frekuensi	Prosentase (%)
1	7	3	11.1
2	8	20	74.1
3	9	1	3.7
4	10	3	11.1
	Total	27	100

Dari tabel 4.7 dijelaskan bahwa sebagian besar karyawan yang bekerja di industri makanan dan minuman di Jawa timur bekerja selama 8 jam per harinya, atau sekitar 74,1%. 11,1% lainnya bekerja selama 7 jam dan 10 jam, dan sebanyak 3,7% karyawan bekerja selama 9 jam per hari. Berarti dapat dikatakan sudah sesuai dengan peraturan mengenai tenaga kerja yang berlaku di Indonesia.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jumlah Hari Kerja Karyawan

No	Hari Kerja	Frekuensi	Prosentase(%)
1	6	26	96.3
2	7	1	3.7
	Total	27	100

Dari tabel 4.8 dijelaskan bahwa 96,3% karyawan bekerja selama 6 hari seminggu sedangkan sisanya sebanyak 3,7% karyawan bekerja selama 7 hari seminggu.

4.2.2. Distribusi Frekuensi Entrepreneurial Orientation

Definisi intrapreneurship juga bisa diartikan bagaimana perusahaan memelihara inovasi dan meningkatkan keuntungan dengan cara mengimplementasikan dan mendukung aktivitas entrepreneurial (Pinchot,2000). Atau juga bisa diartikan kebebasan berwirausaha dalam struktur organisasi perusahaan (Pinchot, 2000).

Menurut teori di atas, entrepreneur orientation dalam perusahaan keluarga yang bergerak di industri makanan dan minuman di Jawa Timur dapat digambarkan ke dalam 3 sub pertanyaan, antara lain:

1. Dukungan

a. Distribusi Frekuensi indikator pertanyaan sikap terhadap dukungan

Variable sikap terhadap Dukungan digambarkan dalam 5 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban sikap sangat tidak setuju, hingga sangat setuju.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Dukungan 1 Dukungan terhadap cara-cara baru dalam melakukan pekerjaan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
agak setuju	6	22.2
setuju	7	25.9
sangat setuju	14	51.9
Total	27	100

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel 4.9 mengenai dukungan terhadap cara-cara baru dalam melakukan pekerjaan, sebanyak 51,9% responden menyatakan sikap sangat setuju terhadap dukungan tersebut, 25,9% menyatakan setuju dan 22,2% sisanya menyatakan agak setuju. dari sini dapat kita lihat bahwa seluruh jawaban mengenai sikap karyawan terhadap dukungan di dalam perusahaan berada pada area setuju.

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Dukungan 2
Dukungan terhadap adanya satu departemen di dalam organisasi
yang menciptakan inovasi

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	2	7.4
tidak setuju	3	11.1
agak setuju	9	33.3
Setuju	4	14.8
sangat setuju	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.9 mengenai dukungan terhadap adanya satu departemen di dalam organisasi yang bertugas menciptakan inovasi, sebanyak 33,3% responden menyatakan sikap sangat setuju dan agak setuju terhadap dukungan tersebut, 14,8% menyatakan setuju, 11,1% menyatakan tidak setuju dan 7,4% sisanya menyatakan sangat tidak setuju. Dari sini dapat kita lihat bahwa 81,4% responden menyatakan sikap setuju terhadap dukungan terhadap kondisi tersebut.

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Dukungan 3
Dukungan terhadap adanya sarana untuk sumbang saran bagi ide-ide karyawan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak setuju	2	7.4
agak setuju	7	25.9
setuju	10	37.1
sangat setuju	8	29.6
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.10 mengenai dukungan terhadap adanya sarana untuk sumbang saran bagi ide-ide karyawan, sebanyak 37,1% responden menyatakan setuju, 29,6%

responden menyatakan sikap sangat setuju, 25,9% menyatakan agak setuju, 7,4% menyatakan tidak setuju dan 7,4% sisanya menyatakan sangat tidak setuju. Dari sini dapat kita lihat bahwa 92,6% responden berada pada area setuju terhadap dukungan tersebut..

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Dukungan 4
Dukungan terhadap perubahan cara lama dalam menghadapi permasalahan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	1	3.7
tidak setuju	1	3.7
agak setuju	7	25.9
setuju	7	25.9
sangat setuju	11	40.7
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa 92,5% jawaban responden berada pada area setuju, sedangkan hanya 7,4% saja yang menyatakan sikap pada area tidak setuju. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa karyawan memberikan dukungan terhadap perubahan cara lama dalam menghadapi masaah.

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Dukungan 5
Dukungan terhadap pertemuan informal karyawan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	2	7.4
agak setuju	11	40.7
setuju	5	18.5
sangat setuju	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.12 mengenai dukungan terhadap pertemuan informal karyawan dengan tujuan mendiskusikan ide bisnis baru, sebanyak 40,7% responden menyatakan agak setuju, 33,3% responden menyatakan sikap sangat setuju, 18,5% menyatakan setuju, dan 7,4% menyatakan sikap sangat tidak setuju. berarti 92,5% responden berada pada area setuju terhadap dukungan tersebut..

Dari kelima tabel diatas mengenai sikap karyawan terhadap dukungan perusahaan menunjukkan bahwa jawaban karyawan menunjukkan sikap setuju terhadap dukungan perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa terjadi dukungan terhadap perubahan dan masuknya hal yang baru yang menuju ke arah *intrapreneurship* di dalam perusahaan-perusahaan keluarga ini. Jawaban agak setuju berkisar antara 22,2%-40,7%. Jawaban setuju berkisar antara 14,8%-37% dan jawaban sangat setuju berkisar antara 29,6%-51,9%. Pilihan jawaban ini mewakili sebagian besar jawaban karyawan terhadap dukungan terhadap perubahan di dalam organisasi. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa variabel sikap dari entrepreneur orientation di dalam perusahaan keluarga yang bergerak di Industri MAMIN di Jatim dapat dikatakan baik.

b. Deskripsi Frekuensi variabel evaluasi dukungan

Variable evaluasi terhadap Dukungan digambarkan dalam 5 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban evaluasi sangat tidak penting, hingga sangat penting.

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Evaluasi Dukungan 1 Dukungan terhadap cara-cara baru dalam melakukan pekerjaan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
agak penting	8	29.6
penting	10	37
sangat penting	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.13 mengenai dukungan terhadap cara-cara baru dalam melakukan pekerjaan, sebanyak 37% responden menyatakan evaluasi penting terhadap dukungan tersebut, 33,3% menyatakan sangat penting dan 29,6% sisanya menyatakan agak penting. Dari sini dapat kita lihat bahwa seluruh jawaban mengenai evaluasi karyawan terhadap dukungan di dalam perusahaan berada pada area penting.

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Evaluasi Dukungan 2 Dukungan terhadap adanya satu departemen di dalam organisasi yang menciptakan inovasi

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	2	7.4
tidak penting	1	3.7
agak penting	5	18.5
penting	7	25.9
sangat penting	12	44.4
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.14 mengenai dukungan terhadap adanya satu departemen di dalam organisasi yang bertugas menciptakan inovasi, sebanyak 44,4% responden menyatakan sikap sangat penting, 25,9% menyatakan penting terhadap dukungan tersebut, 18,5% menyatakan agak penting, 7,4% menyatakan sangat tidak penting dan 3,7% sisanya menyatakan tidak penting. Dari sini dapat kita lihat bahwa 88,8% responden menganggap penting terhadap dukungan terhadap kondisi tersebut. dan hanya 11,1% saja yang menganggap tidak penting.

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Evaluasi Dukungan 3 Dukungan terhadap adanya sarana untuk sumbang saran bagi ide-ide karyawan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	2	7.4
agak penting	7	25.9
penting	9	33.3
sangat penting	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.15 mengenai dukungan terhadap adanya sarana untuk sumbang saran bagi ide-ide karyawan, sebanyak 33,3% responden menyatakan sangat penting dan 33,3% menyatakan penting. 25,9% responden menyatakan agak penting, dan 7,4% menyatakan sangat tidak penting. Dari sini dapat kita lihat bahwa 92,5% responden berada pada area setuju terhadap dukungan tersebut.

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Evaluasi Dukungan 4
Dukungan terhadap perubahan cara lama dalam menghadapi permasalahan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak penting	1	3.7
agak penting	7	25.9
penting	6	22.2
sangat penting	13	48.1
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa 96,2% jawaban responden berada pada area penting, sedangkan hanya 3,7% saja yang menyatakan evaluasi pada area tidak setuju. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa karyawan memberikan dukungan terhadap perubahan cara lama dalam menghadapi masaah.

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi dukungan 5
Dukungan terhadap pertemuan informal karyawan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	2	7.4
agak penting	8	29.6
penting	8	29.6
sangat penting	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.17 mengenai dukungan terhadap pertemuan informal karyawan dengan tujuan mendiskusikan ide bisnis baru, sebanyak 33,3% responden menyatakan sangat penting, 29,6% responden menganggap penting, 29,6% menganggap penting, dan hanya 7,4% saja yang menganggap sangat tidak penting. Berarti 92,5% responden berada pada area penting dalam evaluasi dukungan tersebut..

Dari kelima tabel diatas mengenai evaluasi karyawan terhadap dukungan perusahaan menunjukkan bahwa karyawan menganggap penting adanya dukungan terhadap perubahan yang terjadi di dalam perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa karyawan menganggap perubahan dan inovasi yang terjadi di dalam perusahaan penting untuk dilakukan dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Jawaban

agak penting berkisar antara 18,5%-29,6%, jawaban penting berkisar antara 22,2%-37% dan jawaban sangat penting berkisar antara 33,3%-48,1%. Jawaban-jawaban diatas mewakili evaluasi karyawan terhadap pentingnya perubahan dalam organisasi. Jika dilihat dari kecenderungannya, di setiap tabel yang disajikan terlihat bahwa ketika responden menjawab setuju pada variabel sikap, maka pada jawaban variabel evaluasi cenderung mendapat jawaban penting, begitu pula sebaliknya pada jawaban tidak setuju dan tidak penting. Ini artinya bahwa responden yang menyatakan setuju pada dukungan perusahaan, juga menganggap penting terhadap dukungan tersebut.

2. Pengambilan Resiko

a. Distribusi Frekuensi variabel sikap pengambilan resiko

Variable sikap terhadap Pengambilan Resiko digambarkan dalam 5 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban sikap sangat tidak setuju, hingga sangat setuju.

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pengambilan Resiko 1 Keberanian untuk berubah di dalam perusahaan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	1	3.7
tidak setuju	1	3.7
agak setuju	11	40.7
Setuju	5	18.5
Sangat setuju	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.18 mengenai perubahan di dalam perusahaan, sebanyak 40,7% responden menyatakan sikap agak setuju terhadap perubahan tersebut, 33,3% menyatakan sangat setuju 18,5% menyatakan setuju, 3,7% menyatakan tidak setuju dan 3,7% sisanya menyatakan sangat tidak setuju. Dari seluruh jawaban, sebesar 92,5% jawaban menyatakan setuju dan hanya 7,5% saja yang menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pengambilan Resiko 2
Investasi baru dengan analisis mendalam

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat tidak setuju	2	7.4
tidak setuju	1	3.7
agak setuju	6	22.2
Setuju	6	22.2
Sangat setuju	12	44.4
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari table 4.19 dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban adalah sangat setuju dengan proporsi 44,4%, kemudian 22,2% menyatakan sikap setuju dan 22,2% menyatakan agak setuju. Hanya 7,4% menyatakan sangat tidak setuju dan 3,7% menyatakan tidak setuju. Artinya 88,8% responden menyatakan sikap setuju pada kemampuan perusahaan melakukan analisis mendalam untuk investasi baru.

Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pengambilan Resiko 3
Kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	1	3.7
tidak setuju	3	11.1
agak setuju	8	29.6
setuju	3	11.1
sangat setuju	12	44.4
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.20 mengenai kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru, sebanyak 44,4% responden menyatakan sikap sangat setuju dan 29,6% menyatakan agak setuju, 11,1% menyatakan setuju, 11,1% menyatakan tidak setuju dan 3,7% sisanya menyatakan sangat tidak setuju. Dari sini dapat kita lihat bahwa 85,1% responden menyatakan sikap setuju terhadap kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru.

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pengambilan Resiko 4
Toleransi perusahaan terhadap kesalahan karyawan dalam mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	6	22.2
tidak setuju	4	14.8
agak setuju	4	14.8
setuju	8	29.6
sangat setuju	5	18.5
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.21 diatas dapat dilihat bahwa 62,9% jawaban responden berada pada area setuju, sedangkan 37,1% menyatakan sikap pada area tidak setuju. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan setuju akan toleransi yang diberikan perusahaan terhadap kesalahan karyawan dalam mencoba hal baru.

Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pengambilan Resiko 5
Keadaptifan perusahaan terhadap perubahan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak setuju	1	3.7
agak setuju	7	25.9
setuju	8	29.6
sangat setuju	11	40.7
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.22 mengenai keadaptifan perusahaan terhadap perubahan, sebanyak 40,7% responden menyatakan sangat setuju, 29,6% responden menyatakan sikap setuju, 25,9% menyatakan agak setuju, dan 3,7% menyatakan tidak setuju. Berarti 96,5% responden berada pada area setuju terhadap dukungan tersebut.

Dari kelima tabel jawaban diatas, rata-rata karyawan menyatakan sikap setuju terhadap pengambilan resiko yang diperlukan oleh perusahaan untuk berkembang dan mencoba hal baru yang membuat perusahaan dapat berjalan dengan lebih baik meskipun mengandung resiko. Jawaban agak setuju menunjukkan kisaran angka 14,8%-40,7%, jawaban setuju berkisar antara 11,1%-22,2% dan jawaban sangat setuju berkisar antara 18,5%-44,4%. Dengan demikian sebagian besar jawaban

karyawan menunjukkan sikap setuju terhadap pengambilan resiko yang dilakukan untuk perubahan di dalam organisasi.

b. Distribusi Frekuensi variabel evaluasi pengambilan resiko

Variable evaluasi terhadap Pengambilan Resiko digambarkan dalam 5 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban evaluasi sangat tidak penting, hingga sangat penting.

Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi pengambilan resiko 1
Keberanian untuk berubah di dalam perusahaan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	2	7.4
agak penting	10	37
penting	4	14.8
sangat penting	11	40.7
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.23 keberanian untuk berubah di dalam perusahaan, sebanyak 40,7% responden menganggap sangat penting terhadap perubahan tersebut, 37% menganggap agak penting, 14,8% menyatakan penting, 7,4% menyatakan tidak penting, 3,7%. Dari seluruh jawaban, sebesar 92,6% jawaban menyatakan setuju dan hanya 7,4% saja yang menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi pengambilan resiko 2
Investasi baru dengan analisis mendalam

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak penting	1	3.7
agak penting	7	25.9
penting	10	37
sangat penting	9	33.3
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari table 4.24 dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban berada pada area setuju. Sebesar 37% menyatakan penting, 33,3% jawaban menyatakan sangat

penting, kemudian 25,9% menyatakan agak penting dan 3,7% menyatakan tidak penting. Artinya 96,2% responden menyatakan sikap penting pada kemampuan perusahaan melakukan analisis mendalam untuk investasi baru.

Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi pengambilan resiko 3
Kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	1	3.7
agak penting	6	22.2
penting	8	29.6
sangat penting	12	44.4
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.25 mengenai kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru, sebanyak 44,4% responden menganggap sangat penting dan 29,6% menyatakan penting, 22,2% menyatakan agak penting, dan 3,7% sisanya menyatakan sangat tidak penting. Dari sini dapat kita lihat bahwa 96,3% responden menganggap penting terhadap kebebasan dan keberanian karyawan dalam mencoba hal baru.

Tabel 4.26 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi pengambilan resiko 4
Toleransi perusahaan terhadap kesalahan karyawan dalam mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	2	7.4
tidak penting	1	3.7
agak penting	9	33.3
penting	9	33.3
sangat penting	6	22.2
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.26 diatas dapat dilihat bahwa 88,8% jawaban responden berada pada area penting, sedangkan 11,2% menyatakan evaluasi pada area tidak penting. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan menganggap penting akan adanya toleransi yang diberikan perusahaan terhadap kesalahan karyawan dalam mencoba hal baru.

Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi pengambilan resiko 5
Keadaptifan perusahaan terhadap perubahan

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak penting	1	3.7
agak penting	5	18.5
penting	9	33.3
sangat penting	12	44.4
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.27 mengenai keadaptifan perusahaan terhadap perubahan, sebanyak 44,4% responden menyatakan sangat penting, 33,3% responden menganggap penting, 18,5% menyatakan agak penting, dan 3,7% menyatakan tidak penting. Berarti 96,3% responden menganggap keadaptifan perusahaan terhadap perubahan merupakan hal yang penting.

Dari kelima tabel jawaban diatas, rata-rata karyawan menyatakan evaluasi terhadap pentingnya resiko yang diperlukan oleh perusahaan untuk berkembang dan mencoba hal baru yang membuat perusahaan dapat berjalan dengan lebih baik. Jawaban agak penting menunjukkan kisaran angka 18,5%-37%, jawaban penting berkisar antara 14,8%-37% dan jawaban sangat penting berkisar antara 22,2%-44,4%. Dengan demikian sebagian besar jawaban karyawan menunjukkan evaluasi penting terhadap pengambilan resiko yang dilakukan untuk perubahan di dalam organisasi.

3. Masa Depan

c. Distribusi Frekuensi variabel sikap masa depan

Variable sikap terhadap Masa Depan digambarkan dalam 4 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban sikap sangat tidak setuju, hingga sangat setuju.

Tabel 4.28 Distribusi Frekuensi Variabel sikap masa depan 1
Keyakinan karyawan bahwa perusahaan mereka merupakan
yang terdepan di bidangnya

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak setuju	1	3.7
agak setuju	7	25.9
setuju	9	33.3
sangat setuju	10	37
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.28 mengenai keyakinan karyawan bahwa perusahaan mereka merupakan yang terdepan di bidangnya, sebanyak 37% responden menyatakan sikap sangat setuju terhadap keyakinan tersebut, 33,3% menyatakan setuju. 25,9% menyatakan agak setuju, dan 3,7% menyatakan tidak setuju. Dari seluruh jawaban, sebesar 96,2% jawaban menyatakan setuju dan hanya 3,8% saja yang menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.29 Distribusi Frekuensi Variabel sikap masa depan 2
Investasi perusahaan di R&D

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	3	11.1
tidak setuju	6	22.2
agak setuju	11	40.7
setuju	3	11.1
sangat setuju	4	14.8
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari table 4.29 dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban adalah agak setuju dengan proporsi 40,7%, kemudian 22,2% menyatakan sikap tidak setuju dan 14,8% menyatakan sangat setuju. 11,1% menyatakan setuju, dan 11,1% menyatakan sangat tidak setuju. Artinya 66,6% responden menyatakan sikap setuju terhadap investasi perusahaan dalam R&D.

Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Variabel sikap masa depan 3
Keberanian perusahaan menciptakan pasar baru
dengan produk yang inovatif

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	4	14.8
tidak setuju	3	11.1
agak setuju	7	25.9
setuju	6	22.2
sangat setuju	7	25.9
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.30 mengenai keberanian perusahaan menciptakan pasar baru dengan produk yang inovatif, sebanyak 25,9% responden menyatakan sikap sangat setuju, 25,9% menyatakan agak setuju, 22,2% menyatakan setuju, 14,8% menyatakan sangat tidak setuju dan 11,1% sisanya menyatakan tidak setuju. Dari sini dapat kita lihat bahwa 74,1% responden menyatakan sikap setuju terhadap keberanian perusahaan menciptakan pasar baru dengan produk yang inovatif.

Tabel 4.31 Distribusi Frekuensi Variabel sikap masa depan 4
Penghargaan perusahaan terhadap karyawan
yang berani mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak setuju	3	11.1
tidak setuju	6	22.2
agak setuju	11	40.7
setuju	3	11.1
sangat setuju	4	14.8
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.31 diatas dapat dilihat bahwa 66,6% jawaban responden berada pada area setuju, sedangkan hanya 33,3% saja yang menyatakan sikap pada area tidak setuju. Kecenderungan tersebut menggambarkan perusahaan menghargai karyawan yang berani mencoba hal baru dalam bekerja.

Dari keempat tabel jawaban diatas menunjukkan sikap karyawan terhadap masa depan memiliki kecenderungan yang positif. Meskipun jarak keduanya tidak terpaut jauh namun jawaban setuju berjumlah lebih banyak, hal ini menggambarkan bahwa para karyawan masih optimis terhadap perkembangan perusahaan ke depan.

b. Deskripsi Frekuensi variabel evaluasi masa depan

Variable evaluasi terhadap Masa Depan digambarkan dalam 4 indikator pertanyaan. Secara umum, tingkat tanggapan responden dinyatakan dalam skala likert 1 – 5, diantaranya jawaban evaluasi sangat tidak penting, hingga sangat penting.

Tabel 4.32 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi masa depan 1
Keyakinan karyawan bahwa perusahaan mereka merupakan
yang terdepan di bidangnya

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak penting	2	7.4
agak penting	6	22.2
penting	8	29.6
sangat penting	11	40.7
Total	27	100

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel 4.32 keyakinan karyawan bahwa perusahaan mereka merupakan yang terdepan di bidangnya, sebanyak 40,7% responden menganggap sangat penting terhadap keyakinan tersebut, 29,6% menganggap penting, 22,2% menyatakan agak penting dan 7,4% menyatakan tidak penting. Dari seluruh jawaban, sebesar 92,6% jawaban menyatakan setuju dan hanya 7,4% saja yang menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.33 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi masa depan 2
Investasi perusahaan di R&D

Pertanyaan	Frekuensi	Prosentase (%)
tidak penting	4	14.8
agak penting	12	44.4
penting	7	25.9
sangat penting	4	14.8
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari table 4.33 dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban berada pada area setuju. Sebesar 44,4% menyatakan agak penting, 25,9% jawaban menyatakan penting, kemudian 14,8% menyatakan sangat penting dan 14,8% menyatakan tidak penting. Artinya 85,2% responden menyatakan sikap penting pada kemampuan perusahaan melakukan analisis mendalam untuk investasi baru.

Tabel 4.34 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi masa depan 3
Keberanian perusahaan menciptakan pasar baru
dengan produk yang inovatif

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	1	3.7
tidak penting	2	7.4
agak penting	6	22.2
penting	11	40.7
sangat penting	7	25.9
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.34 mengenai keberanian perusahaan menciptakan pasar baru dengan produk inovatif, sebanyak 40,7% responden menganggap penting, 25,9% menyatakan sangat penting, 22,2% menyatakan agak penting, dan 3,7% sisanya menyatakan sangat tidak penting. Dari sini dapat kita lihat bahwa 88,8% responden menganggap penting terhadap keberanian perusahaan menciptakan pasar baru dengan produk yang inovatif.

Tabel 4.35 Distribusi Frekuensi Variabel evaluasi masa depan 4
Penghargaan perusahaan terhadap karyawan
yang berani mencoba hal baru

Pernyataan	Frekuensi	Prosentase (%)
sangat tidak penting	1	3.7
tidak penting	4	14.8
agak penting	9	33.3
Penting	8	29.6
sangat penting	5	18.5
Total	27	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.35 diatas dapat dilihat bahwa 81,4% jawaban responden berada pada area penting, sedangkan 18,6% menyatakan evaluasi pada area tidak penting. Kecenderungan tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan menganggap penting akan penghargaan perusahaan terhadap karyawan yang berani mengambil resiko.

Dari keempat tabel jawaban evaluasi diatas menunjukkan bahwa karyawan menilai masa depan sebagai hal yang penting untuk untuk dipikirkan. Perubahan dan inovasi yang dilakukan dianggap penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan ke depan. Meskipun proporsi antara setuju dan tidak terpaut kecil, tetapi karyawan masih cenderung menganggap penting perubahan untuk masa depan perusahaan. Terdapat hubungan yang menarik pada tabel-tabel pertanyaan antara variabel sikap dan evaluasi, ketika jawaban pada tabel sikap tinggi, jawaban pada tabel evaluasi juga tinggi. Seperti contoh jika jawaban setuju pada variable sikap proporsinya besar, maka pada tabel evaluasi proporsi jawaban penting juga besar. Kemungkinan besar karyawan yang menjawab setuju pada pertanyaan sikap akan menjawab penting pada pertanyaan evaluasi, begitu juga sebaliknya pada pernyataan tidak setuju dan tidak penting.

4.3. Pemetaan Latar Belakang Demografis Karyawan Terhadap Entrepreneurial Orientation

Demografi karyawan dan entrepreneur orientation dipetakan dengan menggunakan crosstabulation. Indikator yang dipilih dari demografi karyawan adalah usia dan tingkat pendidikan karena dianggap paling relevan dengan entrepreneurial orientation. Sedangkan indikator yang dipilih untuk mewakili entrepreneurial orientation adalah dukungan, pengambilan resiko dan masa depan. Pembagian jawaban pada kuesioner dimampatkan menjadi kategori-kategori yang lebih kecil. Aspek Entrepreneurial orientation

Tabel 4.36 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation

			Intrapreneurship		
			RENDAH	TINGGI	Total
Demografi A	Count	2	19	21	
	% within Demografi	9.5%	90.5%	100.0%	
Demografi B	Count	1	5	6	
	% within Demografi	16.7%	83.3%	100.0%	
Total	Count	3	24	27	
	% within Demografi	11.1%	88.9%	100.0%	

Dilihat dari table 4.36, prosentase karyawan A dan B yang memiliki kecenderungan yang sama dalam entrepreneur orientation yang mereka miliki.

Tabel 4.37 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada CV.Soponyono

			Intrapreneurship		
			RENDAH	TINGGI	Total
Demografi	A	Count	1	1	2
		% within Demografi	50.0%	50.0%	100.0%
	B	Count	0	1	1
		% within Demografi	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count		1	2	3
		% within Demografi	33.3%	66.7%	100.0%

Pada tabel 4.38 dijelaskan, karyawan pada CV.Soponyono 1 orang karyawan berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi, 1 orang karyawan berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation tinggi dan 1 orang karyawan dengan potensi tinggi dan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.38 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada PT.Sinar Kentjana

			Intrapreneurship		
			RENDAH	TINGGI	Total
Demografi	A	Count	0	2	2
		% within Demografi	.0%	100.0%	100.0%
	B	Count	1	0	1
		% within Demografi	100.0%	.0%	100.0%
Total	Count		1	2	3
		% within Demografi	33.3%	66.7%	100.0%

Pada tabel 4.38 dijelaskan, karyawan PT.Sinar kencana memiliki 1 orang berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation rendah, dan 2 orang berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.39 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada UD.Super Sari Pangan

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi	A	Count	3	3
		% within Demografi	100.0%	100.0%
Total		Count	3	3
		% within Demografi	100.0%	100.0%

Dari tabel 4.39 dijelaskan, karyawan UD.Super Sari Pangan semua karyawan yang menjadi sampel obyek penelitian berpotensi tinggi dan memiliki entrepreneurial orientation yang tinggi.

Tabel 4.40 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada Roti In

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi	A	Count	2	2
		% within Demografi	100.0%	100.0%
B		Count	1	1
		% within Demografi	100.0%	100.0%
Total		Count	3	3
		% within Demografi	100.0%	100.0%

Pada tabel 4.40 digambarkan, karyawan Roti In memiliki 1 orang karyawan berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation tinggi dan 2 orang karyawan berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.41 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada Amanda Brownies

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi A	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
Total	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	

Dari tabel 4.41 dijelaskan, pada karyawan Amanda Brownies semua karyawan yang menjadi sampel obyek penelitian berpotensi tinggi dan memiliki entrepreneurial orientation yang tinggi.

Tabel 4.42 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada PT.Eloda Mitra

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi A	Count	2	2	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
B	Count	1	1	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
Total	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	

Pada tabel 4.42 dijelaskan, karyawan PT.Eloda Mitra memiliki 1 orang karyawan berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation tinggi dan 2 orang berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.43 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada UD.Sinar Agung

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi A	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
Total	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	

Pada tabel 4.43 dijelaskan bahwa seluruh karyawan UD.Sinar Agung yang menjadi sampel obyek penelitian berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.44 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada PT. Pancatradi

			Intrapreneurship	
			TINGGI	Total
Demografi A	Count	2	2	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
B	Count	1	1	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	
Total	Count	3	3	
	% within Demografi	100.0%	100.0%	

Pada tabel 4.44 para karyawan PT.Pancatradi memiliki 1 orang karyawan berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation tinggi, dan 2 orang berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation tinggi.

Tabel 4.45 Tabulasi Silang antara Demografi dengan Entrepreneurial Orientation pada UD. Laksana Jaya

			Intrapreneurship		
			RENDAH	TINGGI	Total
Demografi A	Count	1	0	1	
	% within Demografi	100.0%	.0%	100.0%	
Demografi B	Count	0	2	2	
	% within Demografi	.0%	100.0%	100.0%	
Total	Count	1	2	3	
	% within Demografi	33.3%	66.7%	100.0%	

Pada tabel 4.45 dijelaskan bahwa UD.Laksana Jaya memiliki 1 orang berpotensi tinggi dengan entrepreneurial orientation rendah dan 2 orang karyawan berpotensi rendah dengan entrepreneurial orientation tinggi.

4.3.1. Peta Perpaduan latar Belakang Demografi Karyawan dengan Entrepreneurial Orientation.

Pemetaan dilakukan dengan menghitung mean jawaban dari masing-masing perusahaan.

Tabel 4.46 Mean Jawaban Entrepreneurial Orientation Pada 9 Perusahaan

Pertanyaan	CV. Sopyonyono	PT. Sinar Ketjana	UD. Super Sari Pangan	Roti In	Amanda Brownies	PT. Eloda Mitra	UD. Sinar Agung	PT. Pancatradi	UD. Laksana Jaya
Sikap Dukungan	3.67	5	4.33	3.67	5	4.67	4.67	3	4.67
	4.33	4.33	4.67	4	4.67	3.67	3	3	4.67
	4.33	1.33	3	3.67	4.67	4.33	3	3	4.67
	3.67	2.33	3.33	4	4.67	4.67	5	3.33	4.67
	3.33	4.67	3.33	3.67	5	3.67	3.33	3.33	4.67
Evaluasi Dukungan	3	4.33	4	4	4.67	2.67	4	3.33	4.67
	3	5	3.67	3	4.67	3.33	4.67	3.67	4.67
	4.33	4.67	4.33	3	4.67	3.67	4	3.67	5
	3	5	3	3	5	4	3.33	3	4
	3	4.67	3.33	3	4.33	4.67	4	3	4.33
Sikap Resiko	4.33	5	3.33	2	3.33	3.33	4	3.33	5
	5	3.67	3.67	1.67	3.33	3.67	5	3.33	5
	4.33	5	3.33	3	5	2.67	4	3.33	4.67
	5	4.67	3.67	3.33	4.33	3.33	3.67	3.33	4.67
	4.33	1.67	2.67	4	5	4.33	3.67	4.33	4.33
Evaluasi Resiko	3.67	4.33	4	4	3.67	3.67	4.67	4	5
	4	1.33	3	3	2.67	3.67	4.67	1.67	3.67
	4.33	3.67	3.67	4.33	2.33	3.67	4	2.33	4
	4.33	4.67	3.33	4.33	4.33	4	4	3	4.67
	4.67	4.67	3.33	4.33	4.67	4	4.33	3	4.67
Sikap Madep	4.67	3.33	4	3.67	5	3.33	4	3.67	4.67
	5	4	4.33	3.67	3.33	3.33	5	3	4.67
	3	1.33	2.33	4	4	3.33	3	3	2.67
	3	3.33	3.33	3.67	3.33	4	3	3	4
Evaluasi Madep	3	1.33	3	3.67	4.67	4	4	3.33	3
	4	3.33	4	3	5	4	4	3.67	3
	4	3	3.67	4	2.67	2.67	2.33	3	1.33
	4	3.67	4.33	3.67	2.67	3	4	3	2.67
Total	110.3	103.33	99.98	98.35	117	103.4	110	89.65	117.71
Mean	3.94	3.69036	3.5707	3.513	4.17	3.691	3.94	3.202	4.2039

Sumber: Data primer yang diolah

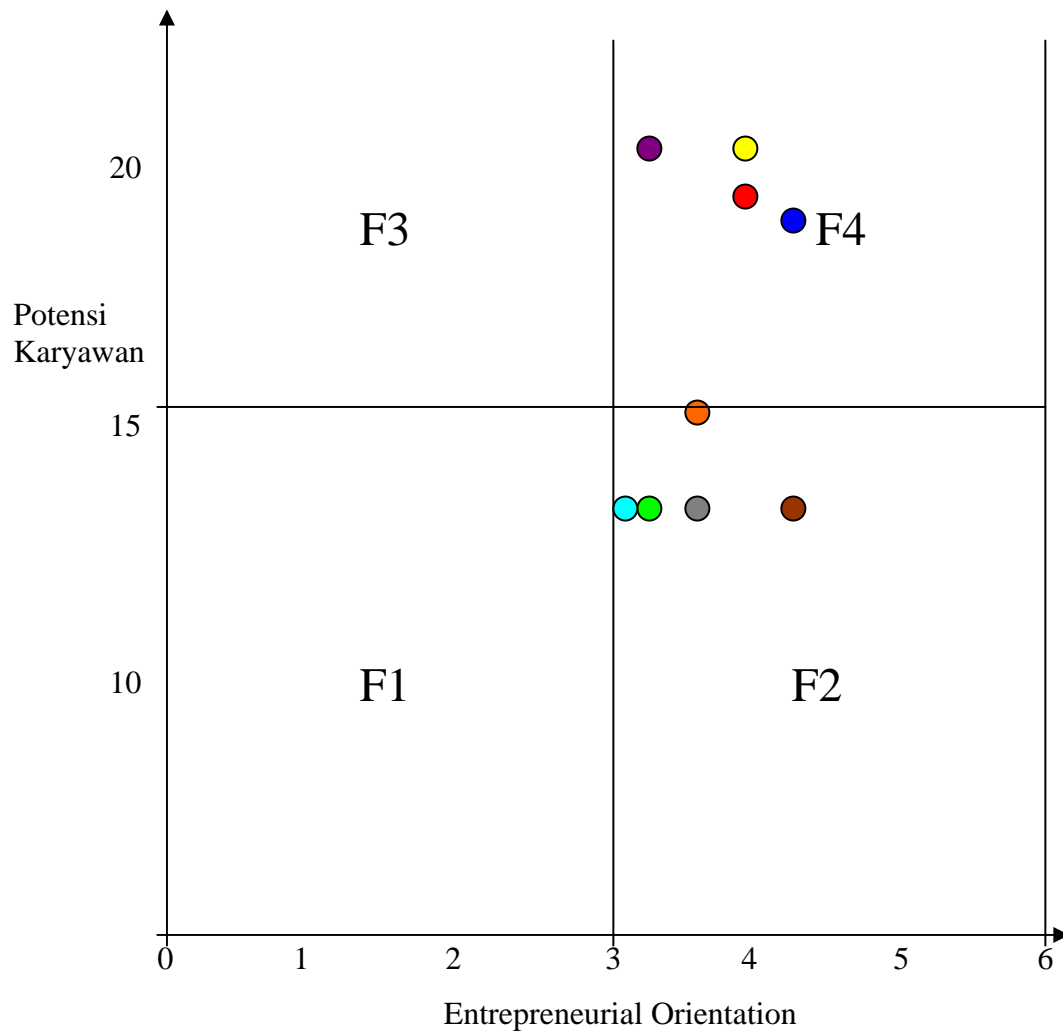
Tabel 4.47 Mean Potensi Karyawan dan Entrepreneurial Orientation
Pada 9 perusahaan

Perusahaan	Mean	
	Potensi Karyawan	Entrepreneurial Orietation
CV. Sopyono	18	3,94
PT. Sinar Ketjana	15	3,69
UD. Super Sari Pangan	20	3,57
Roti In	13	3,51
Amanda Brownies	17	4,16
PT. Eloda Mitra	13	3,69
UD. Sinar Agung	20	3,94
PT. Pancatradi	13	3,20
UD. Laksana Jaya	13	4,20

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.47 dapat dilihat bahwa UD.Laksana Jaya memiliki rata-rata jawaban tertinggi diantara perusahaan lainnya, namun di sisi lain UD.Super Sari Pangan dan UD.Sinar Agung memiliki potensi karyawan paling tinggi diantara yang lainnya.

Gambar 4.1 Pemetaan Demografi dan Entrepreneurial Orientation



CV.Soponyono

- PT. Sinar Kentjana Surabaya
- UD. Super Sari Pangan
- Roti In
- Brownies Kukus AMANDA
- PT. Eloda Mitra (BERNARDI)
- UD. Sinar Agung
- PT. Pancatradi (LONDON BISCUIT)
- UD. Laksana Djaya

Jika dilihat dari pemetaan perusahaan dapat disimpulkan bahwa

- CV.Soponyono : Terletak pada kuadran F4
- PT. Sinar Kentjana Surabaya : Terletak pada kuadran F4
- UD.Super Sari Pangan : Terletak pada kuadran F4
- Roti In : Terletak pada kuadran F2
- Brownies Kukus AMANDA : Terletak pada kuadran F4
- PT. Eloda Mitra (BERNARDI) : Terletak pada kuadran F2
- UD. Sinar Agung : Terletak pada kuadran F4
- PT. Pancatradi (LONDON BISCUIT) : Terletak pada kuadran F2
- UD. Laksana Djaya : Terletak pada kuadran F2