

INTRAPRENEURSHIP DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA MANAJER TOKO MODERN

Agustini Kurnia dan Nicholas Simarmata

Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana
agustini.kurnia@yahoo.com

Abstrak

Persaingan yang ketat antar toko modern menjadi tantangan bagi organisasi yang bergerak dalam usaha toko modern, agar mampu bertahan dan mencapai kesuksesan organisasi. Oleh karena itu, manajer toko modern dituntut untuk mampu melakukan pengambilan keputusan sebagai tindakan nyata dalam menghadapi tantangan tersebut. Pengambilan keputusan merupakan proses penting untuk mencapai tujuan organisasi (Luthans, 2006), yang mana pengambilan keputusan tersebut dilakukan oleh manajer, sebab manajer merupakan pemain kunci dalam sebuah proses pengambilan keputusan (Socea, 2012). Sementara itu, untuk mampu mengantisipasi adanya perubahan era globalisasi dan menghadapi persaingan, maka intrapreneurship hadir menjadi konsep kreativitas dan sebuah inovasi yang jika dimiliki oleh manajer toko modern, dapat memberikan kontribusi penting dalam pengambilan keputusan manajer toko modern itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara intrapreneurship dan pengambilan keputusan pada manajer toko modern.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan skala penelitian yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kepada 103 manajer toko modern di Provinsi Bali, Indonesia. Data penelitian mengikuti distribusi normal dan linear. Hasil dari penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,770 dan probabilitas 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini berarti ada hubungan yang positif dan signifikan antara intrapreneurship dengan pengambilan keputusan pada manajer toko modern. Sumbangan dari variabel intrapreneurship terhadap variabel pengambilan keputusan adalah sebesar 59,3%.

Kata Kunci: intrapreneurship, pengambilan keputusan, manajer, toko modern

Abstract

Tight competition between modern stores is a challenge for organizations of modern store in order to survive and achieve the organization's success. Therefore, the modern store manager is required to make decision as the real action to face that challenge. Decision making is an important process to achieve organization's goals (Luthans, 2006), in which decision-making is done by the manager, because the manager as a key player in the decision-making process (Socea, 2012). Meanwhile, to anticipate a change in the era of globalization and competition, intrapreneurship comes into creativity and an innovative concept that if possessed by modern store manager, it can give an important contribution in the decision making of modern store manager. This research aims to determine whether there is a relationship between intrapreneurship and decision-making of modern store manager.

This research is a quantitative method with simple regression analysis. Data is collected through research scales that have been tested for validity and reliability to the 103 modern store managers in the province of Bali, Indonesia. Research data shows normal distribution and linear. The result shows the correlation coefficient is 0.770 and probability at 0.000 ($p < 0.05$). It means that there is a positive and significant relationship between intrapreneurship and decision-making of modern store manager. Contribution of intrapreneurship variable to decision making variable is 59.3%.

Key words: intrapreneurship, decision making, manager, modern store

LATAR BELAKANG

Perubahan era globalisasi saat ini tidak dapat dipungkiri telah memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan organisasi. Salah satu faktanya yaitu adanya krisis ekonomi global pada tahun 2008 yang masih menjadi ancaman bagi sejumlah negara di dunia, termasuk di Indonesia. Krisis ekonomi global tidak hanya menyerang perekonomian Indonesia, namun juga mengakibatkan sekitar 30.000 pekerja kehilangan pekerjaannya (Purna, Hamidi, & Prima, 2009). Krisis tersebut menunjukkan bahwa perubahan era globalisasi memang menjadi suatu bentuk faktor eksternal yang memberikan pengaruh bagi organisasi dan hal tersebut menjadi faktor yang tidak dapat dikendalikan organisasi (Gómez-Mejia, Balkin, & Cardy, 2010). Dari sudut pandang sektoral, organisasi yang terkena imbas krisis ekonomi global pun tidak hanya mencakup di sektor finansial saja, tetapi juga merambah pada sektor-sektor lainnya termasuk diantaranya adalah sektor perdagangan.

Sektor perdagangan memegang peranan penting bagi perekonomian nasional. Kontribusi sektor perdagangan seperti perdagangan besar dan ritel (retail and wholesale) dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2008 mencapai 11,1% (Pangestu, 2009). Akan tetapi, menurut Pusat Kebijakan Ekonomi Makro (2013), pada tahun 2009 PDB sektor perdagangan di Indonesia tidak mampu menunjukkan adanya pertumbuhan (0,0%). Hal ini menjadi suatu kondisi buruk jika dibandingkan tahun sebelumnya yang mana PDB tumbuh sebesar 7,0%. PDB adalah indikator untuk mengukur kinerja ekonomi suatu negara yang dilakukan dengan menghitung besarnya pendapatan nasional atau produksi nasional setiap tahunnya (Khalsum, 2011). Kemerosotan tajam PDB di sektor perdagangan ini terjadi sebagai dampak lanjutan dari adanya krisis ekonomi global. Dengan adanya krisis ekonomi global, maka menjadi tantangan bagi perdagangan Indonesia sebab tidak ada yang dapat memastikan kapan tepatnya perekonomian dunia akan pulih dan di sisi lain, perdagangan Indonesia menjadi katalisator penting bagi pembangunan ekonomi Indonesia (Pangestu, 2009).

Salah satu bentuk organisasi yang bernaung dibawah sektor perdagangan diwujudkan dalam bentuk usaha toko modern. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, toko modern merupakan toko yang memiliki sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Beberapa contoh dari toko modern yang telah berdiri dan beroperasi di Indonesia diantaranya yaitu Circle K (minimarket), Alfamart (minimarket), Hero (supermarket), Hypermart (hypermarket), Carrefour (hypermarket), Matahari (department store), dan

Lotte mart whole sale (grosir). Dalam upaya untuk menghadapi krisis ekonomi global, organisasi yang bergerak dalam usaha toko modern pun perlu memantau faktor eksternal tersebut secara konstan sebagai peluang dan juga ancaman bagi organisasi (Gómez-Mejia, Balkin, & Cardy, 2010).

Selain itu, krisis ekonomi global juga menjadi peluang sekaligus ancaman bagi persaingan antar toko modern dari tahun ke tahun. Menurut Business Watch Indonesia (BWI), usaha toko modern di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat sejak tahun 2000 (Yustiningsih, 2005). Pada tahun 2011, jumlah toko modern semakin meningkat yakni mencapai hingga 18.152 toko modern yang telah berdiri di Indonesia (Aprilia, 2011). Tidak hanya itu, pada tahun 2011 omzet toko modern pun dapat mencapai hingga Rp 110 triliun dengan jumlah pendapatan terbesarnya merupakan kontribusi dari toko modern dalam bentuk hypermarket, kemudian disusul oleh minimarket dan supermarket (Indonesian Commercial Newsletter, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa usaha toko modern menjadi usaha menjanjikan sehingga semakin banyak toko modern didirikan dari tahun ke tahun dan menyebabkan semakin ketat pula persaingan yang terjadi antar toko modern.

Persaingan ketat antar toko modern tersebut turut menjadi tantangan bagi organisasi yang bergerak dalam usaha toko modern, agar mampu bertahan dan mencapai kesuksesan organisasi. Oleh karena itu, maka diperlukan strategi sumber daya manusia yang merujuk pada upaya untuk menggunakan sumber daya manusia dalam membantu organisasi untuk mendapatkan atau mempertahankan keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya dalam persaingan pasar (Gómez-Mejia, Balkin, & Cardy, 2010). Sumber daya manusia merupakan faktor internal organisasi yang akan menjadi kekuatan bagi organisasi (Handriani, 2011). Sumber daya manusia yang dalam hal ini adalah pihak manajemen, harus lebih memberikan perhatiannya pada faktor yang menjadi tantangannya sehingga dapat keluar dari ancaman krisis, mampu bersaing dan juga dapat memberikan kepuasan bagi stakeholders organisasi (Anu, 2008). Hal tersebut dapat dicapai dengan jalan pihak manajemen harus mampu dalam pengambilan keputusan sebagai tindakan nyata untuk menghadapi tantangan organisasi. Pihak manajemen dituntut mampu melakukan pengambilan keputusan sebab pengambilan keputusan menjadi aktivitas utama yang dilakukan manajemen (Al-Tarawneh, 2012) dan merupakan proses penting dalam mencapai tujuan organisasi (Luthans, 2006). Ini menunjukkan bahwa kesuksesan suatu organisasi toko modern sangat ditentukan dari pengambilan keputusan oleh pihak manajemen dalam organisasi tersebut.

Sebagai bagian dalam manajemen, maka pengambilan keputusan menjadi salah satu tanggung jawab yang penting bagi seorang manajer. Menurut Socea (2012),

seorang manajer adalah sebagai pemain kunci dalam sebuah proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Kualitas keputusan manajer nantinya akan mempengaruhi peluang-peluang karier, pemberian penghargaan, dan kepuasan kerja manajer. Selain itu, keputusan dari manajer juga akan memberikan kontribusi pada keberhasilan dan kegagalan organisasi (Kreitner & Kinicki, 2005).

Secara umum, pengambilan keputusan adalah pembuatan pilihan antara dua alternatif atau lebih (Robbins, 2003). Spesifiknya, pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang selalu terjadi dan merupakan denyut nadi dari berjalannya suatu organisasi (Sudirman dalam Pratama, 2011). Efektivitas dari suatu pengambilan keputusan dilihat dari proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu (Putti dalam Rengganis, 2005; Drucker dalam Maciariello, 2006; Hamid, 2011).

Sementara itu, terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajer, yang dalam hal ini adalah manajer toko modern, yaitu kepribadian, kecenderungan pengambilan risiko (Dewanny, 2006; Gitosudarmo & Sudita, 2013), kemampuan kognitif dan pengetahuan (Dewanny, 2006; Siagian dalam Pratama, 2011), jenis kelamin (Dewanny, 2006; Lizárraga, Baquedano, & Cardelle-Elawar, 2007), pengalaman (Dewanny, 2006; Dietrich, 2010), budaya (Robbins, 2003; Siagian dalam Pratama, 2011) dan cara pengambilan keputusan oleh orang lain (Siagian dalam Pratama, 2011). Namun, agar dapat mengantisipasi adanya perubahan era globalisasi, menangkap peluang-peluang baru untuk menghadapi persaingan dan menangkal masalah-masalah yang dihadapi organisasi, maka intrapreneurship hadir menjadi suatu hal yang relevan dan layak untuk diteliti hubungannya dengan pengambilan keputusan pada manajer toko modern.

Intrapreneurship adalah suatu proses yang terkait inovasi, melakukan usaha yang berisiko dan berawal dari tindakan proaktif dalam suatu organisasi (Miller dalam Kurniawan & Winata, 2012). Intrapreneurship disebut juga internal entrepreneurship (Winarno, 2011). Menurut de Jong, Parker, Wennekers, & Wu (2011), tiga dimensi dari intrapreneurship, yaitu inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif. Sedangkan intrapreneur adalah individu yang bekerja dalam lingkungan organisasi yang berfokus pada inovasi dan kreativitas, sekaligus mentransformasikan ide-idenya demi mencapai keberhasilan (Carland & Carland, 2007).

Seorang intrapreneur akan membuat keputusan bahkan ketika intrapreneur tersebut dihadapkan pada kesulitan. Hal ini disebabkan karena individu tersebut yakin terhadap ide, pendapat dan tindakannya serta bersedia untuk menerima kesalahannya dan belajar (Hamilton, 2008).

Selain itu, intrapreneurship disebut sebagai konsep kreatif dan sebuah inovasi (Arslan & Cevher, 2008). Oleh karena intrapreneurship memiliki kreativitas didalamnya,

sehingga hal ini akan membuat manajer toko modern memiliki tendensi untuk mencapai pengambilan keputusan yang optimal, sebab Robbins (2003) menyatakan bahwa pengambilan keputusan yang optimal membutuhkan kreativitas. Kreativitas pada intrapreneurship menunjukkan bahwa individu memiliki kemampuan dalam memproduksi gagasan-gagasan baru dan bermanfaat. Kreativitas juga membuat pengambil keputusan untuk menjadi lebih menghargai dan memahami masalah, termasuk melihat masalah yang tidak dapat dilihat oleh orang lain serta membantu dalam identifikasi semua alternatif yang ada (Robbins, 2003). Tidak hanya itu, seorang manajer toko modern yang memiliki intrapreneurship juga akan menunjukkan adanya inovasi dalam menjalankan perannya, termasuk dalam peran pengambilan keputusan. Adanya inovasi dalam pengambilan keputusan menunjukkan bagaimana kreativitas individu berperan dalam pengambilan keputusan yang optimal (Gornstein & Shepherd, 2005).

Intrapreneurship telah menjadi bukti senjata kesuksesan bagi sejumlah organisasi seperti Apple, Google, Toyota, Intel, Sun Microsystems, dan organisasi lainnya di Amerika, Eropa, Afrika dan Asia (Haller, 2012). Dengan demikian, maka intrapreneurship penting untuk dibangun dan dipertahankan dalam organisasi demi mengelola strategi yang menguntungkan dalam berkompetisi di era globalisasi saat ini (Molina & Callahan, 2009), termasuk dikembangkan dalam pengambilan keputusan manajer toko modern.

Berdasarkan paparan di atas, adanya perubahan era globalisasi yang terjadi saat ini dan persaingan ketat antar toko modern akan memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan organisasi toko modern, sehingga manajer dituntut untuk melakukan pengambilan keputusan yang optimal demi kesuksesan organisasi. Milkman, Chugh, & Bazerman (2009) juga menyatakan bahwa pengambilan keputusan menjadi hal yang penting dan masih membutuhkan fokus dari bidang psikologi mengenai upaya untuk meningkatkan pengambilan keputusan. Sementara itu, intrapreneurship hadir menjadi konsep kreativitas dan sebuah inovasi yang jika dimiliki oleh manajer toko modern maka hal ini dapat memberikan kontribusi penting dalam pengambilan keputusan manajer toko modern. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat hubungan antara intrapreneurship dan pengambilan keputusan pada manajer toko modern.

METODE

Variabel dan definisi operasional

Variabel adalah segala sesuatu yang menjadi obyek pengamatan penelitian (Suryabrata, 2000). Variabel juga merupakan operasionalisasi konsep yang terdiri dari tiga ciri yaitu dapat diukur, membedakan objek dari objek lain dalam

satu populasi dan nilainya bervariasi (Purwanto, 2010). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel tergantung.

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel tergantung (Sugiyono, 2012). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intrapreneurship.

Sementara itu, variabel tergantung merupakan variabel yang dipengaruhi dari variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel tergantung dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan.

Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variabel:

1. Intrapreneurship

Intrapreneurship adalah proses kreatif yang dimiliki individu dalam organisasi, terdiri dari dimensi inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif serta diukur dengan menggunakan skala intrapreneurship.

2. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif terbaik diantara dua alternatif atau lebih, terjadi dalam situasi yang mengharuskan individu untuk membuat prediksi ke depan untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan dan terdiri dari elemen menetapkan tujuan, mengidentifikasi permasalahan, mengembangkan berbagai alternatif solusi, penilaian dan memilih sebuah alternatif, serta melaksanakan keputusan, evaluasi dan pengendalian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala pengambilan keputusan.

Responden

Responden dipilih melalui teknik cluster random sampling dari populasi berupa manajer toko modern di Bali. Dalam penelitian ini, respondennya adalah 103 manajer toko modern di Bali, merupakan manajer dari divisi apapun dalam organisasi toko modern yang berjenis kelamin pria atau wanita, memiliki pengalaman kerja selama minimal satu tahun, dan memiliki pendidikan minimal diploma agar dapat memberikan respon pada skala penelitian secara tepat. Manajer yang memiliki pengalaman kerja selama satu tahun atau lebih mengasumsikan bahwa individu telah mampu memahami dan mengetahui situasi maupun kondisi organisasinya (Paulus, 2013).

Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2014, yaitu dilangsungkan pada 4 toko modern di kabupaten Badung dan 7 toko modern di kotamadya Denpasar, Bali.

Alat ukur

Alat ukur dalam penelitian ini adalah skala penelitian, terdiri dari skala pengukur intrapreneurship dan skala pengukur pengambilan keputusan. Skala intrapreneurship merupakan skala adaptasi dari Deinta (2013) yang reliabilitasnya sebesar 0,73. Skala tersebut adalah skala yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi intrapreneurship menurut de Jong, Parker, Wenckers, & Wu (2011), yaitu inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif. Sementara itu, skala pengambilan keputusan merupakan skala yang dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan elemen-elemen dasar proses pengambilan keputusan dari Gitosudarmo & Sudita (2013), yaitu menetapkan tujuan, mengidentifikasi permasalahan, mengembangkan berbagai alternatif solusi, penilaian dan memilih sebuah alternatif, serta melaksanakan keputusan, evaluasi dan pengendalian.

Skala penelitian berisi sejumlah pernyataan tertulis (item) yang akan diberikan kepada responden. Pada skala penelitian, responden diwajibkan untuk memilih salah satu dari 4 alternatif jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan. Adapun empat alternatif jawaban yang dapat dipilih salah satu oleh responden menggunakan skala Likert yaitu: (1) sangat tidak setuju (STS), (2) tidak setuju (TS), setuju (S), sangat setuju (SS).

Skala intrapreneurship dan pengambilan keputusan ini selanjutnya akan menghasilkan jenis data interval yaitu data yang berada dalam suatu interval skala sehingga dapat dijumlahkan (Purwanto, 2010). Sugiyono (2013) juga menjelaskan bahwa data interval merupakan data kuantitatif kontinu yang memiliki jarak yang sama dan tidak memiliki nilai nol absolut.

Sebelum diberikan pada responden penelitian, peneliti melakukan pengujian terhadap skala, yang mana pengujian hanya dilakukan terhadap skala pengambilan keputusan sebab skala intrapreneurship merupakan skala yang diadaptasi oleh peneliti. Skala pengambilan keputusan diujicobakan terlebih dahulu kepada 30 orang manajer toko modern X di kabupaten Badung dan toko modern Y di kotamadya Denpasar, untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Validitas yang diukur pada penelitian ini yaitu validitas isi yang terdiri dari validitas tampak dan logis. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi melalui pengujian isi tes dengan analisis rasional atau dapat dikatakan melalui professional judgement untuk melihat sejauh mana item-item dalam tes mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur (Azwar, 2010). Validitas tampak dilihat dari format penampilan tes, sedangkan validitas logis dilihat

dari sejauhmana isi tes merupakan representasi dari ciri-ciri atribut yang hendak diukur (Azwar, 2012). Dengan demikian, maka pengukuran validitas isi dilakukan dengan professional judgement oleh dosen pembimbing skripsi.

Uji kesahihan item dalam penelitian ini dilakukan dengan perhitungan korelasi antara distribusi skor pada setiap item dengan skor total skala itu sendiri, yaitu dengan menggunakan formula korelasi product moment melalui program bantu Statistical Package for Social Service (SPSS) 15.00. Kriteria uji kesahihan item yang digunakan dalam penelitian ini adalah $r_{iX} \geq 0,30$.

Sementara itu, pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan konsistensi internal dengan teknik single trial administration. Melalui pendekatan ini, maka pengujian reliabilitas menggunakan formula Cronbach's Alpha melalui program bantu SPSS 15.00. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat melalui angka koefisien reliabilitas alpha. Angka minimal koefisien reliabilitas alpha agar pengujian dikatakan reliabel adalah 0,65 (Aiken dalam Purwanto, 2010).

Setelah melalui tahap pengujian validitas dan reliabilitas tersebut, diperoleh bahwa skala pengambilan keputusan memiliki 28 item sah dengan koefisien reliabilitas 0,928.

Metode pengumpulan data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan pengukuran terhadap dua variabel penelitian, yaitu intrapreneurship dan pengambilan keputusan. Kedua variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala penelitian (skala intrapreneurship dan skala pengambilan keputusan). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan skala penelitian ke toko modern yang manajernya terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini melalui cluster random sampling dari populasi berupa manajer toko modern di provinsi Bali. Melalui data toko modern yang peneliti dapatkan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali tahun 2013, maka pengumpulan data dilaksanakan pada 11 toko modern dari kabupaten Badung dan kotamadya Denpasar.

Teknik analisis data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan bentuk studi korelasional yang menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini untuk melihat hubungan antara variabel bebas yaitu intrapreneurship dengan variabel tergantung yaitu pengambilan keputusan, dan sekaligus melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel pengambilan keputusan bila nilai variabel intrapreneurship

naik atau turun nilainya. Analisis data dilakukan dengan program bantu SPSS 15.00.

HASIL PENELITIAN

Sebelum mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas sebagai syarat untuk uji statistik parametrik dan agar analisis regresi sederhana dapat dilakukan.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov melalui program bantu SPSS 15.00. Suatu data dapat dikatakan normal apabila hasil uji normalitasnya tidak signifikan ($p > 0,05$). Berikut ini merupakan hasil dari uji normalitas:.

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

	<i>Intrapreneurship</i>	Pengambilan Keputusan
Kolmogorov-Smirnov Z	1,345	1,198
Asymp. Significant	0,054	0,114

Pada tabel 1, terlihat bahwa kedua variabel memiliki taraf signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki distribusi data normal.

Sementara itu, uji linearitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel intrapreneurship dan variabel pengambilan keputusan memiliki hubungan yang linear atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.00. Jika nilai probabilitas yang dihasilkan berada di bawah taraf signifikansi 0,05, maka hubungannya dinyatakan linear. Berikut ini merupakan hasil dari uji linearitas:

Tabel 2
Hasil Uji Linearitas

	F	Signifikansi
PK*INT Between Groups (Combined)	8,615	0,000
Linearity	137,161	0,000
Deviation from Linearity	0,581	0,890

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa taraf signifikansi untuk linearitas berada dibawah 0,05 ($p < 0,05$) yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara skor variabel intrapreneurship dan variabel pengambilan keputusan telah menunjukkan adanya hubungan yang linear.

Selanjutnya, untuk melihat hubungan intrapreneurship dan pengambilan keputusan, peneliti melakukan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 15.00. Berikut ini adalah hasil dari analisis regresi sederhana pada SPSS 15.00 yang terdiri dari uji F, uji signifikansi parameter individual, dan besarnya sumbangan efektif variabel intrapreneurship terhadap variabel pengambilan keputusan:

Tabel 3
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3884.653	1	3884.653	146.908	.000(a)
	Residual	2670.725	101	26.443		
	Total	6555.379	102			

a Predictors: (Constant), *Intrapreneurship*
b Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel tergantung (Santoso, 2005), yang mana hal tersebut terlihat apabila nilai signifikansi menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Pada tabel Hasil Uji F (tabel 3), diperoleh bahwa F hitung adalah 146,908 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti model regresi dapat dipercaya untuk memprediksi kontribusi variabel bebas yaitu *intrapreneurship* terhadap variabel tergantung yaitu pengambilan keputusan.

Tabel 4
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual

Model		Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	21.778	5.727		3.803	.000
	<i>Intrapreneurship</i>	1.535	.127	.770	12.121	.000

a Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sementara itu, pada tabel hasil uji signifikansi parameter individual (tabel 4) terlihat bahwa arah hubungan yang terjadi antara *intrapreneurship* dan pengambilan keputusan menunjukkan arah hubungan yang positif, yang mana hal tersebut dibuktikan dari nilai koefisien regresi (kolom B), yaitu (+)1,535. Tanda positif (+) berarti semakin tinggi *intrapreneurship* akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan, sebaliknya, semakin rendah *intrapreneurship* akan semakin rendah pula pengambilan keputusan.

Nilai signifikansi sebesar $p < 0,05$ yang ditunjukkan pada tabel 4 ($t = 12,121$; $p = 0,000$) memperlihatkan bahwa variabel *intrapreneurship* dan variabel pengambilan keputusan diduga kuat memiliki jenis hubungan sebab-akibat dan bukan merupakan gejala random.

Secara spesifiknya, pada koefisien regresi (kolom B) yang menghasilkan angka sebesar 1,535, menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 nilai dari *intrapreneurship* akan meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan sebesar 1,535. Namun sebaliknya, apabila terjadi penurunan *intrapreneurship* sebesar 1 nilai, maka diprediksi terjadi penurunan pula terhadap pengambilan keputusan sebesar 1,535. Hal ini dapat diketahui dari fungsi persamaan model garis regresi $Y = a + bX$ untuk variabel *intrapreneurship* dan pengambilan keputusan yaitu: $Y = 21,778 + (1,535)X$.

Keterangan :

Y: nilai responden pada variabel tergantung yang diprediksikan

a: harga konstan atau nilai Y (variabel tergantung) bila X (variabel bebas) adalah 0

b: angka arah atau koefisien regresi, menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel tergantung yang didasarkan pada variabel bebas

X: nilai responden pada variabel bebas

Selanjutnya, besar sumbangan variabel bebas (*intrapreneurship*) terhadap variabel tergantung (pengambilan keputusan) dapat dilihat pada tabel sumbangan efektif berikut:

Tabel 5
Hasil Sumbangan Efektif Variabel *Intrapreneurship* terhadap Variabel Pengambilan Keputusan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,770(a)	0,593	0,589	5,142

a Predictors: (Constant), *Intrapreneurship*
b Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Pada kolom R Square menunjukkan angka sebesar 0,593. Angka pada kolom R Square merupakan angka yang diperoleh dari pengkuadratan nilai R (0,770). R Square dapat disebut sebagai sumbangan efektif yaitu menunjukkan seberapa besar sumbangan variabel bebas dalam menjelaskan variabel tergantung (Santoso, 2005). Pada penelitian ini, sumbangan variabel *intrapreneurship* terhadap variabel pengambilan keputusan adalah sebesar 59,3%. Sementara pada kolom R, terlihat bahwa besarnya korelasi dari variabel *intrapreneurship* dan pengambilan keputusan adalah 0,770.

Peneliti juga melakukan pengkategorisasian skor skala untuk menambah hasil dalam analisis data penelitian. Kategorisasi ini bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok atau golongan yang posisinya berjenjang menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012).

Norma kategorisasi skor skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Tabel Kategorisasi Skor pada Skala *Intrapreneurship* dan Skala Pengambilan Keputusan

Skor	Kategorisasi
$X \leq (\mu - 1,5 \sigma)$	Sangat Rendah
$(\mu - 1,5 \sigma) < X \leq (\mu - 0,5 \sigma)$	Rendah
$(\mu - 0,5 \sigma) < X \leq (\mu + 0,5 \sigma)$	Sedang
$(\mu + 0,5 \sigma) < X \leq (\mu + 1,5 \sigma)$	Tinggi
$(\mu + 1,5 \sigma) < X$	Sangat Tinggi

Melalui norma tersebut, maka peneliti mengkategorikan skor tiap variabel dalam penelitian ini menjadi lima jenjang.

Variabel *intrapreneurship* memiliki skor minimal 14 dan skor maksimal 56, dengan rentang skor 42. Standar deviasinya (σ) adalah sebesar 7 dengan mean teoretis (μ) sebesar 35. Hasil kategorisasinya adalah tercantum pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Kategorisasi Responden pada Skala *Intrapreneurship*

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Responden	Persentase
<i>Intrapreneurship</i>	14 - 24,5	Sangat Rendah	0 orang	0%
	24,6 - 31,5	Rendah	0 orang	0%
	31,6 - 38,5	Sedang	4 orang	4%
	38,6 - 45,5	Tinggi	70 orang	68%
	45,6 - 56	Sangat Tinggi	29 orang	28%
	Jumlah		103 orang	100%

Berdasarkan analisis kategorisasi pada skala intrapreneurship, dapat dilihat bahwa responden yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi yaitu sebesar 28%, kategori Tinggi sebesar 68%, dan kategori Sedang sebesar 4%. Hal tersebut juga berarti terdapat sebanyak 29 orang yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi, sebanyak 70 orang yang termasuk kategori Tinggi, dan sebanyak 4 orang yang termasuk dalam kategori Sedang. Dengan demikian, maka sebagian besar responden penelitian ini berada pada kategori Tinggi untuk variabel intrapreneurship.

Variabel pengambilan keputusan memiliki skor minimal 28 dan skor maksimal 112, dengan rentang skor 84. Standar deviasinya (σ) adalah sebesar 14 dengan mean teoretis (μ) sebesar 70. Hasil kategorisasinya adalah tercantum pada tabel 8.

Berdasarkan analisis kategorisasi pada skala pengambilan keputusan, dapat dilihat bahwa responden yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi yaitu sebesar 39,8%, kategori Tinggi sebesar 58,3%, dan kategori Sedang sebesar 1,9%. Hal tersebut juga berarti terdapat sebanyak 41 orang yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi, sebanyak 60 orang yang termasuk kategori Tinggi, dan sebanyak 2 orang yang termasuk dalam kategori Sedang. Dengan demikian, maka sebagian besar responden penelitian ini berada pada kategori Tinggi untuk variabel pengambilan keputusan.

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan dengan analisis regresi sederhana, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara intrapreneurship dan pengambilan keputusan pada manajer toko modern. Hal tersebut dibuktikan dari angka korelasi antara variabel intrapreneurship dan variabel pengambilan keputusan yaitu sebesar 0,770 dengan angka probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Sesuai dengan rentang interpretasi angka korelasi menurut Sugiyono (2013), maka angka korelasi sebesar 0,770 menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Melalui hasil analisis juga menunjukkan bahwa model regresi dapat dipercaya untuk memprediksi variabel pengambilan keputusan, yang mana hubungan antara variabel intrapreneurship dan variabel pengambilan keputusan adalah positif dan signifikan serta diduga kuat merupakan hubungan

sebab-akibat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji signifikansi parameter individual yang menunjukkan koefisien regresi sebesar 1,535, artinya bahwa setiap peningkatan 1 nilai dari intrapreneurship akan meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan sebesar 1,535. Namun sebaliknya, apabila terjadi penurunan intrapreneurship sebesar 1 nilai, maka diprediksi terjadi penurunan pula terhadap pengambilan keputusan sebesar 1,535. Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel intrapreneurship, maka akan terjadi peningkatan pula pada variabel pengambilan keputusan, begitu juga sebaliknya.

Manajer toko modern dengan intrapreneurship yang tinggi menunjukkan bahwa ia memiliki jiwa entrepreneurship yang tinggi dalam perusahaannya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Antoncic dan Hisrich (dalam Arslan & Cevher, 2008) bahwa intrapreneurship adalah sebagai adanya jiwa entrepreneurship dalam perusahaan. Dengan demikian, sebagai manajer toko modern yang memiliki jiwa entrepreneurship, maka individu dapat melakukan pengambilan keputusan secara aktif dan kreatif (Platzek, 2012). Selain itu, manajer toko modern dengan intrapreneurship yang tinggi adalah manajer toko modern yang mempunyai kreativitas dan inovasi yang tinggi pula. Gornstein & Shepherd (2005) menjelaskan bahwa individu yang memiliki intrapreneurship akan memperlihatkan adanya inovasi dalam pengambilan keputusan sebab hal ini menunjukkan bagaimana kreativitas individu berperan dalam pengambilan keputusan yang optimal. Melalui kreativitas yang dimilikinya, maka manajer toko modern akan memiliki tendensi mencapai pengambilan keputusan yang optimal, sebab Robbins (2003) menyatakan bahwa dengan kreativitas maka individu akan memiliki kemampuan dalam memproduksi gagasan-gagasan baru dan bermanfaat. Kreativitas juga membuat pengambil keputusan untuk menjadi lebih menghargai dan memahami masalah, termasuk melihat masalah yang tidak dapat dilihat oleh orang lain serta membantu dalam identifikasi semua alternatif yang ada.

Manajer toko modern dengan intrapreneurship yang tinggi juga merupakan manajer toko modern yang berani mengambil risiko, sehingga manajer tersebut memiliki kecenderungan untuk lebih berani dan tegas serta muatan keputusan yang dihasilkannya pun akan fokus pada sasaran dan penuh perhitungan, bukan hanya sekedar spekulasi belaka (Fahmi, 2011). Tidak hanya itu, intrapreneurship yang dimiliki oleh manajer toko modern menunjukkan bahwa manajer tersebut proaktif, artinya individu mempunyai perspektif ke depan dengan kesadaran yang tinggi terhadap faktor eksternal dan situasi serta bertindak antisipasi (Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009). Dengan proaktif, maka dapat mendukung manajer toko modern dalam pengambilan keputusan sebab pengambilan keputusan membutuhkan individu yang memiliki pandangan jauh ke depan agar

tindakan yang dilakukan adalah penuh dengan perencanaan yang matang dan kemampuan individu untuk berkompetisi dengan pasar jauh lebih baik dan siap diuji (Fahmi, 2011).

Manajer toko modern yang memiliki intrapreneurship dapat dikatakan bahwa manajer tersebut adalah seorang intrapreneur. Foley (2013) menyebutkan bahwa seorang intrapreneur tidak mudah terjun dalam informasi yang terlalu awal atau pun menyederhanakan suatu hal terlalu cepat, mampu menyediakan berbagai pilihan, mampu secara efektif menyeimbangkan antara tuntutan jangka pendek dan jangka panjang, mampu menghasilkan solusi kreatif, mampu menyeimbangkan antara pikiran dan tindakannya serta belajar dari tindakan yang mereka lakukan, sehingga hal ini akan mendukung terwujudnya pengambilan keputusan yang efektif mulai dari menetapkan tujuan, identifikasi masalah, mengembangkan berbagai alternatif, menilai dan memilih alternatif, melaksanakan keputusan, hingga melakukan evaluasi terhadap keputusan tersebut.

Dalam penelitian ini, ditunjukkan pula bahwa nilai dari sumbangan efektif adalah sebesar 0,593. Hal ini berarti sumbangan dari variabel intrapreneurship dalam menjelaskan variabel pengambilan keputusan adalah sebesar 59,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel intrapreneurship. Menurut asumsi peneliti, faktor-faktor lain tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang terdiri dari kepribadian (Dewanny, 2006; Gitosudarmo & Sudita, 2013), pengalaman (Dewanny, 2006; Dietrich, 2010), dan orang lain (Siagian dalam Pratama, 2011).

Dalam pengambilan keputusan, manajer toko modern dipengaruhi oleh faktor kepribadian. Menurut Gitosudarmo & Sudita (2013), terdapat dua variabel utama kepribadian yang berpengaruh terhadap keputusan yang dibuat, yaitu ideologi versus kekuasaan dan emosional versus objektivitas. Pada ideologi, pengambil keputusan cenderung memiliki suatu orientasi ideologi tertentu sehingga keputusannya akan dipengaruhi oleh suatu filosofi atau prinsip tertentu. Chen (2006) menambahkan bahwa ideologi akan mempengaruhi pengambilan keputusan, yang mana ideologi akan berdampak pada bagaimana suatu masalah diidentifikasi, bagaimana alternatif dipertimbangkan dan kemudian dipilih. Adanya perbedaan ideologi memberikan perbedaan alternatif yang dihasilkan oleh manajer meskipun dihadapkan pada masalah yang sama. Oleh karena itu, adanya perbedaan ideologi akan menyebabkan perbedaan dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajer. Sebagai contoh pengambil keputusan dengan prinsip atau ideologinya adalah Emirsyah Satar (Direktur Utama Garuda Indonesia periode 2010-2015) yang juga menjalankan fungsi manajemen sebagai pengambil keputusan. Emirsyah Satar memiliki prinsip bahwa yang terpenting adalah *do the best to company*, sehingga dalam pengambilan keputusan yang dilakukannya harus memikirkan

jangka panjang bagi perusahaan dan bukan keputusan yang populis semata (Djauhar, 2012).

Pada bagian kekuasaan, terdapat pula kecenderungan pengambil keputusan yang mendasarkan keputusannya pada sesuatu yang secara politis dapat meningkatkan kekuasaannya secara pribadi. Contohnya, hasil studi menemukan bahwa manajer di Cina, Taiwan, dan Hongkong percaya jika menggunakan alasan yang logis dan bukti-bukti nyata merupakan cara efektif untuk mempengaruhi orang lain dan untuk mendapatkan kekuasaan (Marianti, 2011). Dengan demikian, maka pengambilan keputusan yang dilakukan pun akan didasarkan pada penggunaan alasan logis dan bukti nyata untuk dapat meningkatkan kekuasaan secara pribadi.

Sedangkan pada variabel emosional versus objektivitas, pada bagian emosional yaitu terdapat kecenderungan pengambil keputusan yang emosionalnya mempengaruhi keputusan yang diambil. Emosional yang dominan dapat mempengaruhi cara analisis permasalahan, jenis informasi dan alternatif yang dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini menyebabkan pengambil keputusan cenderung untuk mengabaikan informasi yang objektif. Contohnya, pada petikan wawancara dalam buku Kiat 35 CEO Bangkit dari Krisis (dalam Djauhar, 2012), Indra Wijaya Supriadi (Direktur Utama PT Bank Sahabat Sampoerna tahun 2012) diwawancarai mengenai pengalaman pengambilan keputusan yang pernah dilakukannya. Indra Wijaya mengemukakan, "Saya pernah memiliki suatu otoritas yang tinggi di GE Finance, saya terlalu percaya dengan seseorang, saya tidak mendengarkan kata hati sendiri. Ada satu proposal kredit yang diajukan, kemudian saya setuju. Padahal hati saya mengatakan bahwa harusnya menolak, tapi saya terima. Sampai akhirnya terjadi masalah besar. Meski tidak sampai merusak reputasi, tapi seharusnya itu tidak terjadi." Berdasar hasil wawancara tersebut, dalam pengalamannya sebagai pengambil keputusan, Indra Wijaya pernah mengalami situasi dimana Indra Wijaya terlalu percaya dengan seseorang sehingga keputusan yang diambil tidak objektif.

Sebaliknya, pada pengambil keputusan yang objektif, maka individu cenderung menghindari adanya kekeliruan persepsi mengenai permasalahan dan informasi yang terkait dengannya. Dengan demikian, individu mendasarkan keputusannya sesuai dengan informasi objektif yang didapatkannya. Contohnya, pada petikan wawancara dalam buku Kiat 35 CEO Bangkit dari Krisis (dalam Djauhar, 2012), Hadi Kasim (Direktur Utama PT. Triputra Investindo Arya), diwawancarai mengenai pengambilan keputusan di organisasi yang pernah dilakukannya. Hadi Kasim menyatakan, "Dalam pengambilan keputusan harus rasional. Karena kalau tidak, keputusannya lari dari seharusnya. Kalau pakai perasaan, kita menjadi tidak rasional. Perasaan hanya bisa dipakai kalau untuk keluarga." Berdasar hasil wawancara tersebut, maka

Hadi Kasim mendasarkan keputusannya pada hal-hal yang rasional sehingga pengambilan keputusannya objektif.

Selain faktor kepribadian, faktor pengalaman juga mempengaruhi manajer toko modern dalam pengambilan keputusan. Apabila pengambilan keputusan yang dilakukan individu pada masa lalu memberikan hasil yang positif, maka selanjutnya individu akan cenderung melakukan pengambilan keputusan dengan cara yang serupa. Namun, apabila keputusan pada masa lalu memberikan hasil negatif, maka individu akan cenderung untuk menghindari terjadinya kesalahan yang sama agar tidak terulang kembali (Dietrich, 2010).

Faktor terakhir yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada manajer toko modern adalah orang lain. Dalam hal ini, bagaimana individu melihat dan mencontoh cara orang lain dalam pengambilan keputusan akan mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan yang dilakukannya (Siagian dalam Pratama, 2011).

Berdasarkan keseluruhan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara intrapreneurship dan pengambilan keputusan pada manajer toko modern. Sumbangan efektif intrapreneurship terhadap pengambilan keputusan adalah sebesar 59,3%. Deskripsi data penelitian pada variabel intrapreneurship menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian berada pada kategori tinggi (68%). Ini berarti sebagian besar responden penelitian memiliki intrapreneurship yang tinggi. Sementara itu, melalui deskripsi data penelitian pada variabel pengambilan keputusan, diperoleh bahwa sebagian besar responden penelitian berada pada kategori tinggi (58,3%). Ini berarti sebagian besar responden penelitian memiliki pengambilan keputusan yang efektif. Terkait dengan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka bagi organisasi toko modern, diharapkan agar dapat memberikan reward (penghargaan) berupa insentif finansial maupun non finansial (dapat berupa pengiriman manajer ke perusahaan untuk melakukan benchmark) bagi manajer berprestasi yang melalui inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko yang dimilikinya mampu melakukan pengambilan keputusan efektif serta berkontribusi bagi kesuksesan organisasi.

Selain itu, organisasi toko modern diharapkan memfasilitasi manajernya dalam menumbuhkan kesadaran mengembangkan intrapreneurship melalui penyelenggaraan pelatihan dan workshop intrapreneurship. Dhewanto (2013) menyebutkan bahwa intrapreneurship dapat diajarkan dan dikembangkan, yang mana hal tersebut melalui pelatihan dan workshop. Pelatihan dan workshop intrapreneurship yang diberikan sebaiknya mengandung hal-hal seperti mendorong inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. Pelatihan dan workshop intrapreneurship tersebut juga diharapkan sifatnya berkelanjutan dan memuat komponen-komponen yang bersifat praktis agar manajer memiliki pengalaman secara nyata dalam

meningkatkan kemampuan intrapreneurship sehingga nantinya mampu menunjang kemampuan pengambilan keputusan yang efektif. Agar bersinergi antara organisasi dan manajernya, maka bagi manajer toko modern, diharapkan memiliki kesadaran dalam meningkatkan kemampuan intrapreneurshipnya dengan mengikuti pelatihan dan workshop intrapreneurship.

Bagi peneliti selanjutnya, dengan populasi penelitian ini yang bersifat heterogen, maka diharapkan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak agar lebih representatif. Untuk memperdalam analisis dan deskripsi data, dapat ditambahkan dengan penggolongan level manajerialnya (top level, middle level dan first level manajer) pada posisi manajer. Dengan sumbangan sebesar 40,7% dari faktor-faktor lain selain variabel intrapreneurship, maka diharapkan untuk mengkaji lebih lanjut faktor-faktor lain tersebut yang terkait dengan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkaya literatur dan menyempurnakan penelitian mengenai pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tarawneh, H. A. (2012). The main factors beyond decision making. *Management Research*, 4 (1), 1-23.
- Anu, L. (2008). Fostering intrapreneurship- The New Competitive Edge. *Conference on Global Competition and Competitiveness of Indian Corporate* (pp. 149-156). Kozhikode: Indian Institute of Management Kozhikode.
- Aprilia, E. U. (2011, Maret 15). 2010, Jumlah toko retail turun 1,3 persen. Retrieved November 13, 2013, from Tempo.co: <http://en.tempo.co/read/news/2011/03/15/090320204>
- Arslan, E. T., & Cevher, E. (2008). Intrapreneurship Enabling Organizations to Drive innovation. *First International Conference on Management and Economics*, (pp. 68-85). Tirana.
- Azwar, S. (2010). *Reliabilitas dan Validitas* (3rd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Carland, J. C., & Carland, J. W. (2007). Intrapreneurship: A Requisite for Success. *the Entrepreneurial Executive*, 12, 83-94.
- Chen, S. S. (2006). The relationship between ideology and decision making. *The Journal of Global Business Management*, 2 (3), 140-150.
- de Jong, J., Parker, S., Wennekers, S., & Wu, C. (2011). *Corporate Entrepreneurship at the Individual Level: Measurement and Determinants*. Netherlands: EIM, Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs.

A. Kurnia dan N. Simarmata

- Deinta, V. (2013). Hubungan gaya kepemimpinan transformasional pada atasan langsung terhadap perilaku intrapreneur karyawan di PT. X. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi. Universitas Ciputra. Surabaya.
- Dewanny. (2006). Hubungan antara tingkat stres dengan kemampuan pengambilan keputusan pada pengusaha kecil di International Trade Center (ITC) Mangga Dua, Jakarta. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi. Universitas Katolik Atma Jaya. Jakarta.
- Dhewanto, W. (2013). *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Dietrich, C. (2010). Decision Making: Factors that Influence Decision Making, Heuristics Used, and Decision Outcomes. *Student Pulse Academic Journal* , 2 (2).
- Djauhar, A. (2012). *Kiat 35 CEO Bangkit dari Krisis*. Jakarta: Gagas Bisnis Indonesia.
- Fahmi, I. (2011). *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Foley, S. (2013, November 25). How can you spot intrapreneurial talent? Retrieved November 29, 2013, from *Corporate Entrepreneurs*: <http://corporate-entrepreneurs.com/blog1/2013/11/25/how-can-you-spot-intrapreneurial-talent/>
- Gitosudarmo, I., & Sudita, I. N. (2013). *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Gómez-Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (2010). *Managing Human Resources Global Edition*. New Jersey: Pearson.
- Gornstein, J., & Shepherd, D. (2005). *Innovative Decision Making*. Retrieved Maret 18, 2013, from *Persona Global*: http://www.personaglobal.com/admin/material/facts/content/factsheet_cdm.pdf
- Haller, H. E. (2012). What is Intrapreneurship? Retrieved Oktober 20, 2013, from *Intrapreneurship Institute*: <http://www.intrapreneurshipinstitute.com/>
- Hamid, A. N. (2011). Makna kompetensi emosi bagi manajer dalam pengambilan keputusan. Tesis (tidak dipublikasikan). Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hamilton, B. (2008). *Intrapreneurship: Leveraging organisational talent*. *Training Journal* , 49.
- Handriani, E. (2011). Pengaruh Faktor Internal Eksternal. Entrepreneurial Skill, Strategi dan Kinerja terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Semarang. *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7, 47-69.
- Indonesian Commercial Newsletter (ICN) (2011, Juni). *Perkembangan Bisnis Ritel Modern*. Retrieved Oktober 24, 2013, from *Indonesian Commercial Newsletter (ICN) Data Consult*: <http://www.datacon.co.id/Ritel-2011ProfilIndustri.html>
- Khalsum, U. (2011, April 25). Analisis Interaksi Fiskal dan Moneter terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. Tesis (tidak dipublikasikan). Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2005). *Perilaku Organisasi, Buku 2, Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, J. E., & Winata, M. R. (2012). Motif Intrinsik dan Ekstrinsik Pada Intrapreneurship Guru. *Temu Ilmiah Nasional Psikologi* (pp. 301- 307). Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
- Lizárraga, M. L., Baquedano, M. T., & Cardelle-Elawar, M. (2007). Factors that affect decision making: gender and age differences. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy* , 7 (3), 381-391
- Luthans, F. (2006). *Perilaku Organisasi Edisi 10*. Yogyakarta: ANDI.
- Maciariello, J. A. (2006). Peter F. Drucker on executive leadership and effectiveness (e-book). In F. Hesselbein, & M. Goldsmith, *The leader of the future 2* (pp. 3-27). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Marianti, M. M. (2011). Kekuasaan dan taktik mempengaruhi orang lain dalam organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 7 (1), 49-62.
- Milkman, K. L., Chugh, D., & Bazerman, M. H. (2009). How Can Decision Making Be Improved. *Association for Psychological Science* , 4, 379-383.
- Molina, C., & Callahan, J. L. (2009). Fostering Organizational Performance: The Role of Learning & Intrapreneurship. *Journal of European Industrial Training* , 33 (5).
- Pangestu, M. E. (2009). *Perdagangan Indonesia Dalam Badai Krisis Global: Posisi dan Harapan Perdagangan Indonesia ke depan*. *Jurnal Sekretariat Negara RI* (14), November.
- Paulus, M. (2013). Analisa pengaruh penggunaan benchmarking terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. *Business Accounting Review* , 1 (2), 39-49.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. (2012, Maret 27). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007*. Retrieved 10 13, 2013, from *Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia*: <http://jdih.bpk.go.id/wp-content/uploads/2012/03/PERPRES-NO-112-TH-2007.pdf>

- Platzek, B. P. (2012, Mei). *The Role of Intrapreneurship in A Globally Competitive Technology Business Environment*. Pretoria, Gauteng , Afrika Selatan.
- Pratama, D. (2011, Maret 22). *Perbedaan Gaya Pengambilan Keputusan Mahasiswa Psikologi Antara Yang Aktif dan Tidak Aktif Berorganisasi*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi. UIN Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Purna, I., Hamidi, & Prima. (2009, Mei 5). *Pengaruh Krisis Keuangan Global Terhadap Sektor Finansial di Indonesia*. Retrieved 12 Oktober, 2013, from Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia: http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=3623
- Purwanto. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. (2013, Mei 8). *Laporan Tim Kajian Profil Sektor Riil: Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran*. Retrieved 10 13, 2013, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia Badan Kebijakan Fiskal: <http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Profil%20Sektor%20Riil.pdf>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & Frese, M. (2009). *Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future*. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 33 (3), 761–787.
- Rengganis, D. R. (2005). *Peran manajemen diri dan kematangan emosi terhadap pengambilan keputusan*. Tesis (tidak dipublikasikan). Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Santoso, S. (2005). *Mengatasi berbagai masalah statistik dengan SPSS versi 11,5*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Socea, A.-D. (2012). *Managerial Decision-Making and Financial Accounting Information*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 47-55.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (2000). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Winarno. (2011). *Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship*. Jakarta: Indeks.
- Yustiningsih, R. (2005, Desember 15). *Pertentangan Ritel Modern vs Tradisional Makin Menguat*. Retrieved Juni 01, 2013, from Business Watch Indonesia (BWI): <http://www.fair-biz.org/berita.php?id=22>