

Abstract

This paper is using the specific context of state-owned enterprise in the construction industry in an emerging market country, this study investigates the impact of creative support, namely creative encouragement activities within a company; with a company's organizational structure used to moderate the relationship. A univariate OLS regression and matrix qualitative method were used to analyze data obtained from the survey administered to employees of state-owned enterprise in the construction industry, in Indonesia (N=188). The results indicate that front-end success is affected by the number of creative encouragement activities given by the company, although the context is unique. There is also a significant moderation effect of the company's organizational structure, which helps in defining and explaining what kind of organizational division influences front-end success at a higher level towards creative encouragement. At last, this study provides several implications for managers to better strategize and systemize the work process to increase innovation activities effectively and efficiently.

Keywords: Intrapreneurship, creative encouragement, front-end success, organizational structure

Abstrak

Makalah ini menggunakan konteks spesifik seperti perusahaan milik negara (BUMN), industri konstruksi di negara berkembang. Penelitian ini menyelidiki dampak dukungan kreatif, yaitu kegiatan dorongan kreatif dalam perusahaan; dengan struktur organisasi perusahaan yang digunakan untuk memoderasi hubungannya. Sebuah regresi OLS univariat dan metode matriks kualitatif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh dari survei yang diberikan kepada karyawan perusahaan milik negara di industri konstruksi, di Indonesia (N = 188). Hasilnya menunjukkan bahwa keberhasilan *front-end* dipengaruhi oleh jumlah kegiatan dorongan kreatif yang diberikan oleh perusahaan, dengan konteksnya unik. Ada juga pengaruh moderasi yang signifikan dari struktur organisasi perusahaan, yang membantu menjelaskan divisi mana yang memiliki tingkat keberhasilan *front-end* yang lebih tinggi. Akhirnya, penelitian ini memberikan beberapa implikasi bagi manajer untuk menyusun strategi yang lebih baik dan sistematis untuk meningkatkan kegiatan inovasi secara efektif dan efisien.

Kata kunci: Intrapreneurship, dorongan kreatif (creative encouragement), kesuksesan front-end, struktur organisasi