

PERSFEKTIF DEFINISI ENTREPRENEURSHIP

Oleh:

Margo Purnomo

*Staf Pengajar Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNPAD
Pembina Yayasan Rumah Kewirausahaan dan Pengembangan Diri*

ABSTRACT

Entrepreneurship becomes an interesting subject. This interest is driven by several reasons. Among them is the pressure of the crisis, government programs, as well as public demand for entrepreneurship either as interest or because the public uses to support entrepreneurship education careers and their lives. However, whether the high interest in entrepreneurship at the high rate of creation of new companies? And whether they mean the same? In the sense that a person is self-employed when he founded the company.

With regard to entrepreneurship and enterprising (business creation) in view of the experts there are differences in perspective. Of the second term, there are experts who think the same entrepreneurship and there is also a look at them differently. This occurs because the field of entrepreneurship is growing. Attempts to define entrepreneurship experts were much taken from different perspective. When steeped in entrepreneurship, the authors found there were some problems and challenges in defining entrepreneurship. The basic question is: "what are we talking about when we talk about 'being' named entrepreneurship?" The answer to this question however, has been and still is unclear, pending and overlap with other sub-fields.

In connection with the fact that entrepreneurship is currently studied in several different disciplines and different opinions about its meaning was eventually emerge. In this study the author discusses the definition of entrepreneurship is based on three views, namely trait approach, behavioral approach and opportunity identification approach).

Key words : Entrepreneurship, enterprising, *trait approach*, *behavioral approach*, *opportunity identification approach*).

PENDAHULUAN

Ketertarikan pada entrepreneurship telah meningkat dalam dua dekade terakhir, terutama di pusat-pusat pendidikan bisnis dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang membawa misi melakukan pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia, istilah entrepreneurship mengalami

perkembangan. Pada masa Soekarno, entrepreneurship lebih populer dengan kata berdikari. Pada masa Soeharto umumnya diartikan kewiraswastaan. Dan pada masa reformasi, entrepreneurship dimaknai kewirausahaan (Purnomo, 2010). Terlepas dari perkembangannya, sejak masa reformasi di Indonesia, pendidikan

dan pelatihan entrepreneurship banyak yang diselenggarakan secara singkat dan informal sampai ke pelosok desa. Misalnya, seperti yang diselenggarakan oleh Rumah Kewirausahaan dan Pengembangan Diri (Rumah KPD) di Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Entrepreneurship menjadi subjek yang menarik. Ketertarikan ini didorong oleh beberapa alasan. Diantaranya adalah tekanan krisis, program pemerintah, serta permintaan masyarakat terhadap entrepreneurship baik karena minat atau karena masyarakat melihat kegunaan pendidikan entrepreneurship yang dapat menunjang karir dan kehidupan mereka. Namun, apakah tingginya minat terhadap entrepreneurship sama dengan tingginya tingkat penciptaan perusahaan baru? Dan apakah keduanya bermakna sama? Dalam pengertian bahwa seseorang dikatakan berwirausaha jika ia mendirikan perusahaan.

Berkenaan dengan *entrepreneurship* (kewirausahaan) dan *enterprising* (penciptaan usaha) dalam pandangan para ahli memang ada perbedaan perspektif. Terhadap kedua istilah tersebut, para ahli entrepreneurship ada yang menganggapnya sama dan ada juga yang melihat keduanya secara berbeda. Hal ini terjadi karena bidang entrepreneurship sedang mengalami perkembangan. Penulis sendiri dalam tulisan ini lebih memilih untuk menggunakan kata entrepreneurship daripada kewiraswastaan atau kewirausahaan. Upaya-upaya para ahli mendefinisikan entrepreneurship pun banyak ditempuh dari berbagai perspektif. Ketika mendalami entrepreneurship, penulis menemukan ada beberapa masalah dan tantangan dalam mendefinisikan entrepreneurship. Pertanyaan

mendasarnya adalah: "apa yang kita bicarakan ketika kita berbicara tentang 'makhluk' bernama entrepreneurship?" Jawaban pertanyaan ini bagaimanapun, telah dan masih tidak jelas, tertunda dan tumpang tindih dengan sub bidang lainnya. Sehubungan dengan kenyataan bahwa entrepreneurship saat ini telah dipelajari dalam beberapa disiplin ilmu yang berbeda dan berbagai pendapat tentang maknanya pun akhirnya muncul.

Hal ini perlu dicermati secara serius karena mengancam legitimasi dan kelangsungan hidup dunia penelitian dan pendidikan bisnis. Seperti dalam penelitian empiris dan akademik, entrepreneurship masih menimbulkan pertanyaan. Murray (2001) mengkritisi bidang kajian entrepreneurship sebagai berikut:

"why does entrepreneurship as an academic field receive so much attention yet so little respect?. Is it because entrepreneurship researchers are not as smart enough, as the subject they study, or are they so much action oriented to commit to scholarly demands? Does the problem lie with a larger academy that is parochial, conservative, and overly critical, or is it simply that the field is too young?"

Pertanyaan-pertanyaan di atas muncul karena definisi entrepreneurship sangat beragam tergantung pada latar belakang keilmuan para akademisi dan peneliti. Kirby (2004) menegaskan bahwa fenomena entrepreneurship dapat ditelusuri dari berbagai disiplin ilmu seperti ekonomi, sosiologi, keuangan, sejarah, psikologi, dan antropologi, dimana setiap ilmu tersebut menggunakan konsep dan kerangka entrepreneurshipnya masing-masing. Bahkan Orser (2011) member perspektif baru entrepreneurship yaitu dari sudut

pandang feminist. Dalam keanekaragaman perspektif tersebut akhirnya kita bertanya, apakah entrepreneurship itu merupakan cabang disiplin keilmuan tersebut di atas atau bukan? Jadi apa itu entrepreneurship?

Sudah beberapa dekade upaya penelitian yang signifikan telah dicurahkan untuk memahami entrepreneurship. Yang dibuktikan oleh proliferasi jurnal kewirausahaan, asosiasi profesional, bahkan konferensi dengan tingkat legitimasi akademik. Namun, ulasan terakhir penelitian entrepreneurship telah mengindikasikan kurangnya kesepakatan definisi entrepreneurship sebagai bidang studi (Gartner, 1989). Kurangnya definisi entrepreneurship yang diterima dengan baik sebagai bidang studi, dapat menimbulkan masalah penelitian dalam hal mengidentifikasi apa saja yang akan dipelajari dan mengapa dipelajari (Venkataraman, 1997). Sebagai contoh, Markku (2002) menunjukkan bahwa kurangnya kesepakatan dasar mengenai siapa itu entrepreneur telah menyebabkan pemilihan sampel "entrepreneur" yang tidak homogen. Berikut adalah upaya yang dapat kita lakukan untuk memahami entrepreneurship.

ENTREPRENEURSHIP, ENTERPRISING dan OPPORTUNITY

Coulter (2001) melihat istilah *entrepreneurship* dan *enterprising* sebagai istilah yang tidak ada bedanya. Serupa dalam makna dan praktek. Coulter berpandangan bahwa *entrepreneurship* adalah proses dimana seorang individu atau sekelompok individu menggunakan upaya dan sarana yang terorganisir untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan pertumbuhan dengan cara memenuhi keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhan melalui inovasi dan keunikan, serta tidak

peduli pada sumber daya yang saat ini sedang dikendalikan. Dalam pengertian ini, entrepreneurship seperti yang dikatakan Kuratko dan Hodgetts (2004) yaitu merupakan proses dinamis visi, perubahan, dan penciptaan. Sedangkan *enterprising* sendiri menurut keduanya adalah kemampuan untuk menggunakan usaha yang terorganisir guna menciptakan nilai, dan penciptaan nilai adalah entrepreneurship. Sehingga entrepreneurship dan *enterprising* dianggap sama serta istilahnya dapat saling menggantikan.

Para ahli yang membedakan *entrepreneurship* dengan *enterprising* diantaranya adalah Mason (2000). Menurutnya, *enterprising* melibatkan langkah-langkah yang mendorong seseorang menjadi entrepreneur dan melengkapi seseorang tersebut dengan keterampilan-keterampilan yang diperlukan guna kesuksesan bisnisnya. Inti *enterprising* adalah tentang penentuan peluang, menciptakan ide-ide baru dan memiliki kepercayaan diri dan kemampuan untuk mengubah ide-ide baru tersebut menjadi karya nyata (Nixon, 2004). Dengan kata lain, bagi sebagian orang, *enterprising* adalah tentang 'a culture of making things better' (Kobia & Sakalieh, 2010). Secara singkat Chitty (2009) menekankan bahwa *enterprising* mendahului *entrepreneurship*. Terlebih Chitty juga berpendapat bahwa seorang *enterprising individuals* akan memahami posisi mereka pada waktu dan tempat yang tepat serta memiliki ide yang baik atas apa yang sebaiknya terlihat. Mereka juga memiliki keberanian, kepercayaan diri, keterampilan, organisasi dan dukungan untuk mengambil tindakan guna mempersempit kesenjangan antara posisi mereka dengan posisi di mana mereka sebaiknya menjadi. Dalam hal ini, setelah

enterprising terbentuk dalam diri seseorang, maka selanjutnya muncul entrepreneurship. Di sini penulis melihat keduanya sebagai istilah berbeda dan saling terkait.

Di sisi lain, perlu juga kita mempertimbangkan tentang adanya hubungan antara *enterprising* dengan peluang (*opportunity*). Peluang dalam entrepreneurship merupakan prasyarat (Kobia dan Sakalieh, 2010). Menurut kedua ahli ini, peluang entrepreneurship memiliki bentuk dan mewujud dengan cara yang berbeda. Peluang entrepreneurship adalah rangkaian proses mengembangkan ide, penilaian daya tarik, menggunakan strategi yang paling tepat dalam mengimplementasikan ide, pengelolaan dan pertumbuhan ide. Namun, perlu dimaklum juga bahwa pada kenyataannya apa yang dianggap sebagai peluang entrepreneurship akan berbeda antar individu. Dan setiap orang juga merespon peluang entrepreneurship secara berbeda. Atas pertimbangan tersebut serta mengacu pada Kobia dan Sakalieh (2010), entrepreneurship dapat dibedakan ke dalam dua bentuk, yaitu: *opportunity-driven entrepreneurship* (ODE) dan *necessity-driven entrepreneurship* (NDE).

ODE terbentuk karena ada upaya untuk melihat peluang yang eksis dalam bentuk ide-ide bisnis atau individu-individu yang mampu melihatnya, lalu mengeksploitasi peluang tersebut dengan menciptakan usaha baru untuk merealisasikan ide (Bygrave, 1997). Jadi ODE sangat bergantung kemampuan seseorang menemukan ide. Mereka adalah orang-orang yang fokus mengembangkan pemahaman tentang lingkungan bisnisnya secara terus menerus. Di antara mereka, ada yang memiliki pengalaman sebelumnya seperti latar belakang bisnis orang tua,

pendidikan, jaringan dan adanya teladan. Dalam ODE, pertumbuhan ekonomi juga dapat memotivasi individu untuk masuk ke dunia bisnis. Adalah fakta dilapangan bahwa jika perekonomian suatu negara berkembang maka akan menambah tingkat permintaan barang dan jasa, sehingga akan memunculkan minat masyarakat untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara membuka usaha baru atau meningkatkan intrapreneurship.

Di sisi lain, NED erat kaitannya dengan kebutuhan untuk realisasi diri dan kemerdekaan diri karena suatu keadaan tertentu seperti, kurangnya lapangan kerja (Murray, 2001), korban PHK, pensiun, dan krisis. Kebutuhan untuk bertahan hidup mengarahkan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas entrepreneurial sehingga akhirnya ia terlibat dalam entrepreneurship. Berdasarkan pada situasi ODE dan NED, jadi muncul pertanyaan apa itu entrepreneurship?

UPAYA MENDEFINISIKAN KONSEP ENTREPRENEURSHIP

Jika mencermati definisi entrepreneurship selama ini, definisi entrepreneurship dapat dikategorikan dalam beberapa fokus pendekatan. Davidsson (2003) dalam Kobia dan Sakalieh (2010) mengamati bahwa definisi entrepreneurship ada yang berdasarkan pada keterampilan-keterampilan tertentu yang menjadi ciri khas para entrepreneur; berdasarkan pada proses dan kejadian-kejadian tertentu yang melekat dalam entrepreneurship; dan berdasarkan pada hasil akhir yang dicapai dalam entrepreneurship.

Sebagian besar definisi yang ada saat ini merupakan campuran dari ketiganya. Misalnya, Hindle dan Rushworth mendefinisikan "*entrepreneurship is an activity which*

leads to the creation and management of a new organization designed to pursue a unique, innovative opportunity” (Hindle dan Rushworth, 2000). Dalam definisi tersebut, terlihat bahwa organisasi perusahaan yang muncul merupakan hasil dari entrepreneurship. Namun, bagi ahli lain, entrepreneurship secara fundamental adalah tentang penggunaan usaha untuk menciptakan bisnis baru, "can-do organizations" dan jasa (Nixon, 2004). Dalam perspektif ini, perusahaan merupakan sarana entrepreneurship. Dalam hal ini, penting untuk dicatat bahwa sudah menjadi hal umum untuk difahami bahwa para entrepreneur itu "melayani sebagai agen perubahan, menyediakan ide-ide kreatif dan inovatif untuk perusahaan bisnis, serta membantu bisnis tumbuh dan jadi menguntungkan" (Kuratko dan Hodgetts, 2004). Aksi-aksi untuk menjadi seorang entrepreneur adalah "kemampuan untuk menciptakan dan membangun sebuah visi dari ketiadaan" (Timmons, 1994:7) menjadi sebuah perusahaan. Oleh karena itu, adalah penting bagi setiap orang yang berminat dengan entrepreneurship khususnya para pembuat kebijakan, memiliki pemahaman yang jelas tentang apa itu entrepreneur dan entrepreneurial activity agar tepat sasaran dalam mendorong entrepreneurship.

Contoh definisi di atas membantu kita dalam memahami dan mengkonseptualisasikan arti entrepreneurship. Memang, entrepreneurship sebagai bidang kajian akademik adalah bidang studi yang relatif baru dan definisinya masih tetap menjadi perdebatan. Namun demikian, disini penulis berupaya memahami entrepreneurship berdasarkan tiga pendekatan seperti yang disarankan oleh (Kobia & Sakalieh, 2010). Tiga pendekatan tersebut adalah: pendekatan sifat (*trait approach*), pendekatan

perilaku (*behavioral approach*) dan pendekatan identifikasi kesempatan (*opportunity identification approach*).

A. Pendekatan Sifat (The traits approach)

Pendekatan sifat diusung oleh mazhab psikologis. Berdasarkan definisi dari Bjerke (2007), kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola-pola dan regularitas dalam aksi. Karena entrepreneur adalah katalis bagi entrepreneurship, mazhab ini menekankan bahwa setiap orang akan mengeksploitasi peluang. Oleh sebab itu mereka akan berperilaku secara entrepreneurial karena sifat-sifat mereka mengarahkan mereka membuat keputusan yang berbeda ketika merespon peluang antara yang satu dengan yang lain, bahkan jika mereka memiliki informasi dan keterampilan yang sama (Frese, 2007; Shane, 2007). Berdasarkan situasi tersebut, banyak penelitian di bidang kewirausahaan yang memfokuskan pada sifat kepribadian entrepreneur. Peneliti pada mazhab ini umumnya bertanya:

“why do certain individuals start firms when others under similar conditions, do not? Are individuals born with certain characteristics that predispose them to entrepreneurial endeavors? Is there a set of traits that can be attributed to an entrepreneurial personality? These kinds of questions force researchers to answer the question, who is an entrepreneur?” (Gartner, 1989)

Pendekatan sifat merupakan upaya yang ditempuh peneliti untuk menjawab pertanyaan “Siapa itu entrepreneur?”. Entrepreneur dalam pendekatan ini diasumsikan sebagai orang yang memiliki tipe kepribadian,

motif-motif, dan insentif-insentif tertentu. Dengan menggunakan atribut psikologis, banyak peneliti menemukan aspek-aspek penting yang tidak bisa dikesampingkan. Misalnya atribut kepribadian yang paling banyak ditemukan pada entrepreneur dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif adalah kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*); lokus kendali (*locus of control*); dan kecenderungan untuk mengambil resiko (*risk-taking propensity*) (Carland, et al., 1984; Stewart, et al., 1999; Orser, 2011).

Pertama kita akan membahas tentang kebutuhan untuk berprestasi/NFA (*need for achievement*). NFA merupakan atribut yang telah teridentifikasi sejak temuan awalnya oleh McClelland pada tahun 1961. McClelland menyebutnya N-Ach. Konstruk ini menekankan bahwa dalam posisi sebagai seorang entrepreneur, seseorang akan memiliki kebutuhan untuk berprestasi yang lebih tinggi daripada posisi lain, misalnya manajer (Collins, 2002; Stewart, et al., 2003). Seseorang yang memiliki orientasi NFA yang tinggi cenderung menjadi entrepreneur dalam pengertian klasik, mereka membuat target sendiri dan proaktif dalam memenuhi target (Begley dan Boyd, 1987; Wu, 1989). Oleh karena itu, menurut Shane (2007) kebutuhan berprestasi akan melibatkan aktivitas *goal-setting*, perencanaan, pengumpulan informasi serta mengharuskan adanya pengarahan yang berkelanjutan sampai prestasi tercapai. Aktivitas-aktivitas tersebut berlaku pada ODE dan NDE, serta tergantung pada tingkat kemampuan masing-masing.

Walaupun penelitian empiris menunjukkan adanya hubungan yang erat antara entrepreneurship dengan kebutuhan berprestasi (Lau dan Busenitz, 2001; Lee dan Tsang, 2001), namun kesuksesan entrepreneurial bukan hanya

sekedar ingin atau butuh berprestasi. Seringkali karena kuatnya hasrat untuk berprestasi membuat seseorang hanya berfokus pada dirinya-sendiri. Mereka kurang peduli dan kurang mampu bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang justru berkontribusi pada kesuksesan dalam pencapaian sasaran. Padahal aktivitas entrepreneurial dan kesuksesannya melekat dalam konteks social (Purnomo, 2012; Klyver, 2012). Pada titik keadaan ini entrepreneurship bukan lagi sebuah aktivitas tetapi sudah merupakan sebuah proses. Proses penting bagi enterprising individual untuk bekerjasama dengan para stakeholder kesuksesan entrepreneurial dalam rangka menciptakan nilai yang dikreasikan dengan dan didedikasikan untuk mereka. Sehingga dalam situasi seperti ini, kemungkinan adanya hubungan antara NFA dengan kecenderungan untuk memulai sebuah organisasi entrepreneurial perlu penelitian lebih lanjut.

Meskipun seseorang memiliki hasrat berprestasi yang sangat kuat serta bertindak sangat entrepreneurial, ia akan menghadapi kesulitan ketika menjelaskan motivasi entrepreneurial kepada pihak lain yang memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda. Selain itu, Kobia dan Sakalieh (2010) mengingatkan bahwa sangat penting mempertimbangkan perbedaan sikap terhadap prestasi dalam budaya yang berbeda. Berdasarkan penjelasan di atas, muncul pertanyaan apakah kebutuhan NFA mengarahkan seseorang untuk mencari peluang entrepreneurial yang sulit atau sebaliknya? Pola hubungan atau pengaruh keduanya perlu ditelaah lebih lanjut agar entrepreneurship dapat dijelaskan dengan tepat.

Kedua, lokus kendali (*locus of control*). Mengacu pada mazhab perilaku,

seseorang berkeyakinan bahwa suatu hasil diperoleh kemampuan untuk mengendalikan factor-faktor internal atau eksternal. Seseorang yang memiliki lokus kendali internal (LKI) yang kuat akan berkeyakinan bahwa sebuah pencapaian tergantung pada perilakunya atau karakteristik permanen. Kepercayaan ini membuat ia dapat memanipulasi lingkungan dengan tindakannya serta ia sangat yakin bahwa tanggung jawab takdir tergantung pada dirinya sendiri. Takdir ada dalam genggamannya. Sebaliknya, seseorang yang memiliki lokus kendali eksternal (LKE) mempercayai bahwa pencapaian akan sesuatu hal tidak sepenuhnya karena apa yang telah ia perbuat. Akan tetapi berkaitan juga dengan aspek-aspek diluar kendali dirinya seperti nasib, keberuntungan dan kesempatan.

Hasil penelitian Boone, et al. (2000), Lee dan Tsang (2001) serta Low dan McMillan (2001) menunjukkan bahwa ada hubungan antara LKI dengan entrepreneurship. Hal ini berarti, para entrepreneur meyakini akan kemampuannya untuk menginisiasi dan menyelesaikan setiap ide atau pekerjaannya. Orang-orang yang memiliki LKI sangat percaya akan keinginan, kemampuan dan aksinya. Mereka menciptakan strateginya sendiri dalam mengelola setiap ide atau pekerjaan entrepreneurialnya sampai tuntas. Mereka sangat mandiri bahkan melakukan perubahan ketika orang lain dirasa menghambat. Berkaitan dengan kepercayaan diri, para ahli lain juga menemukan ada konstruk lain yang mirip dengan LKI, yaitu self-efficacy/SE (Scherer, et al., 1989; Boyd dan Vozikis, 1994; Chen, et al., 1998). Mereka melaporkan bahwa seseorang dengan SE yang tinggi yakin akan kemampuannya untuk bertindak seperti entrepreneur.

Pada situasi tertentu, mereka cenderung akan mencari peluang daripada resiko, aktif dalam aktivitas entrepreneurial, merasa mampu menuntaskan hambatan dan masalah, serta akan mengantisipasi hasil-hasil yang positif. Sedangkan seseorang dengan SE yang rendah cenderung akan mempertimbangkan biaya, resiko, dan menghindari aktivitas entrepreneurial. Sampai disini penulis melihat bahwa dalam entrepreneurship LKI tidak bisa sendiri. LKI sebaiknya bersama-sama dipaketkan dengan SE atau NFA.

Meskipun penjelasan di atas mengilustrasikan adanya hubungan antara LKI dengan entrepreneurship, namun kenyataannya orang yang memiliki hasrat berprestasi yang tinggi juga menunjukkan LKI. Jadi disini ada konflik, mana yang paling fundamental dalam entrepreneurship, apakah LKI atau NFA? Selain itu, LKI juga menghadapi kendala secara eksternal. Misalnya, guna memiliki kendali seseorang harus mempunyai pengetahuan, keterampilan dan pengalaman dalam mengendalikan suatu pekerjaan atau tugas. Ia juga akan memperoleh hambatan dalam mengakuisisi keterampilan mengendalikan baik secara interpersonal, social, ekonomi, politik, dan organisasional. Dengan demikian tampak bahwa LKI tidak mumpuni dalam menjelaskan mengapa seseorang berperilaku entrepreneurial? Hal ini tentunya juga berlaku dalam ODE dan NDE.

Ketiga, para peneliti melihat bahwa seorang entrepreneur memiliki kecenderungan untuk mengambil resiko/RTP (*risk-taking propensity*). Pada atribut ini, penulis memilih menyebut entrepreneur sebagai penghitung resiko daripada pengambil resiko. Karena pada aspek kepribadian ini sesungguhnya

berkenaan dengan keinginan seseorang untuk mengukur sebelum ia terlibat dalam aktivitas yang memiliki resiko (Shane, 2007). Seseorang yang memiliki RTP tinggi cenderung akan mengeksploitasi peluang entrepreneurial, karena keberanian menanggung resiko adalah aspek fundamental dalam entrepreneurship (Schere, 1982; Wu, 1989; Amit, et al., 2003; Begley, 1995; Van Praag dan Cramer, 2001; Stewart dan Roth, 2001, Orser et al., 2011). Misalnya, mereka meninggalkan posisi sebagai top eksekutif di sebuah perusahaan dan memutuskan untuk menginvestasikan bahkan meminjam uang guna mendirikan dan mengelola perusahaan sendiri dengan masa depan yang tidak pasti. Stewart dan Roth (2001) juga melaporkan bahwa RTP pada entrepreneur lebih tinggi daripada manajer.

Meskipun demikian, Sexton dan Bowman (1985) berpandangan bahwa entrepreneur dan manajer itu sama saja. Mereka sama-sama pengambil resiko moderat terhadap resiko yang sedang mereka hadapi. Karena Markku (2002) menunjukkan bahwa setiap individu memiliki gaya kognitif yang berbeda dalam menyikapi pengambilan resiko. Pendapat lain juga menyatakan bahwa adalah berbeda antara tindakan mengambil resiko (*act of risk taking*) dengan aktif mencari pekerjaan beresiko (*actively seeking risk assignment*) (Kobia & Sakalieh, 2010). Disini terlihat adanya ketidakesepakatan dalam atribut pengambilan resiko entrepreneurial. Memang benar bahwa entrepreneur cenderung akan mengambil resiko yang lebih tinggi daripada yang lain. Tapi dengan seperti itu, jadi perlu ada yang menetapkan siapa yang memiliki kinerja pengambilan resiko yang lebih baik dalam aktivitas entrepreneurial. Jika mengacu pada penjelasan atribut NFA

dan lokus kendali di atas, maka penulis melihat bahwa kesuksesan kinerja pengambilan resiko bagaimanapun juga merupakan interaksi antara individu, peluang dan lingkungan.

Pada mazhab ini terlihat bahwa ada hubungan antara pendekatan sifat dengan entrepreneurship. Para entrepreneur adalah individu yang memiliki sifat-sifat tertentu seperti telah dijelaskan di atas. Namun pendekatan sifat ini memperoleh pertanyaan, misalnya dari Miller (1998). Ia berargumen bahwa jika pendekatan sifat memunculkan karakteristik umum para entrepreneur maka mereka yang tidak memiliki karakteristik umum itu tidak termasuk dalam entrepreneur. Padahal setiap individu memiliki potensi karakteristik sebagai entrepreneur. Sehingga Gartner (1989) lebih keras lagi berargumen bahwa pendekatan sifat berupaya mencari jawaban atas pertanyaan penelitian yang salah "siapa itu entrepreneur?". Berdasarkan penelitian terbaru, Rauch dan Frese (2007) menunjukkan bahwa factor-faktor kepribadian berperan dalam menjelaskan penciptaan sebuah bisnis.

Sampai sekarang jelas terlihat bahwa sifat-sifat psikologis masih menjadi perdebatan dan evaluasi. Sehingga kurang baik bagi kita untuk membedakan entrepreneur dengan manajer atau populasi lain. Para peneliti pun masih belum mengetahui dengan pasti sifat kepribadian apa yang membedakan antara entrepreneur dengan pemilik usaha mikro kecil dan menengah. Sifat apa saja yang dominan mengarahkan seseorang menciptakan bisnis. Pada tahap apa sifat-sifat itu nampak dalam fase kehidupan seseorang. Dan terakhir ada juga peneliti yang menganggap bahwa suatu sifat tertentu

dapat dibentuk oleh lingkungan (Markku, 2002).

Entrepreneurship dalam perspektif atribut kepribadian memang masih kontradiktif. Namun disini terlihat bahwa entrepreneur dipandang sebagai orang-orang special yang meraih sesuatu hal yang tidak dapat diperoleh oleh orang-orang pada umumnya melalui kualitas special tertentu yang ada di dalam dirinya. Pendekatan sifat juga memberikan peneliti poin-poin sistematis dalam upaya memahami entrepreneurship. Kritik pada pendekatan ini justru memberikan peluang bagi para ahli untuk memfokuskan kembali pemikiran mereka tentang entrepreneurship.

Secara ringkas, pendekatan ini merupakan pendekatan klasik terhadap entrepreneurship. Pemahaman umum bahwa seorang entrepreneur itu memiliki atribut NFA, LKI dan pengambil resiko belum merupakan sebuah ketetapan (Kobia & Sakalieh, 2010). Walaupun ketiganya ditemukan dalam banyak penelitian namun belum ada peneliti yang mengklaim bahwa ketiganya dapat diaplikasikan secara umum. Pendekatan ini merupakan pendekatan statis, padahal entrepreneurship merupakan sebuah proses yang dinamis dan ada dalam lingkungan social.

B. Pendekatan Perilaku (*The behavioral approach*)

Pendekatan perilaku muncul karena adanya kritisi pada pendekatan sifat dalam mendefinisikan entrepreneurship. Para peneliti dalam pendekatan ini tidak mempertanyakan “siapa itu entrepreneur?”, tetapi berusaha mengungkap “apa saja yang dilakukan para entrepreneur?” (Carland, et al., 1988; Gartner, 1989). Di sini menurut Carland, et al., (1984) mereka yang

disebut sebagai entrepreneur adalah seseorang yang menetapkan dan mengelola sebuah bisnis dengan tujuan utama profit dan pertumbuhan, dengan karakteristik utama berperilaku inovatif dan melakukan praktek-praktek manajemen strategis. Berdasarkan pada definisi tersebut, dalam pendekatan ini entrepreneurship dipandang dalam perspektif penciptaan organisasi/CO (*creating organization*). Perlu digaris bawahi bahwa CO merupakan kejadian yang kontekstual. Bjerke (2007) menyatakan bahwa CO merupakan hasil dari pengaruh perubahan social, ekonomi, perkembangan pasar, saluran distribusi, dan teknologi.

Memahami entrepreneurship dari perspektif CO bukan tanpa kritik. Para ahli juga banyak yang memberi kritisi secara positif dan negatif (Coulter, 2001; Zimmerer dan Scarborough, 2002; Bjerke dan Hultman, 2002). Misalnya kritisi dari Bjerke dan Hultman (2002) yang menyatakan bahwa dengan pendekatan ini tidak mudah membuat gambaran umum proses entrepreneurial. Karena entrepreneur sendiri adalah bagian dari proses kompleks lahirnya organisasi baru, misalnya sebuah perusahaan. Jadi, perusahaan itu hasil dari entrepreneurship. Karenanya penciptaan sebuah organisasi adalah salah satu bentuk perilaku entrepreneurship.

Guna memahami entrepreneurship, pendekatan perilaku memperlakukan organisasi sebagai bidang analisis utama, dan individu dilihat dalam kerangka serangkaian aktivitas yang memungkinkan organisasi mewujud (Gartner, 1985). Menurut Murray (2001), Pertanyaan penelitian yang utama disini adalah “Bagaimana sebuah organisasi dapat eksis?”. Dengan pertanyaan utama seperti itu, peneliti akan menempatkan entrepreneur dalam

proses penciptaan perusahaan baru. Peneliti akan meneliti serangkaian tindakan yang dilakukan entrepreneur untuk menghasilkan sebuah perusahaan dalam proses penciptaan organisasi. Pada situasi tersebut, Vesper (1980) memandang bahwa dengan adanya CO berarti entrepreneurship mampu memisahkan diri dari disiplin yang lain. Reorientasi pendekatan perilaku terhadap entrepreneurship diawali dengan mempertanyakan peran entrepreneur dalam mewujudkan sebuah organisasi. Menciptakan organisasi akan melalui proses dinamis yang melibatkan aktivitas seperti mengumpulkan perlengkapan/peralatan, menetapkan proses produksi, menarik perhatian karyawan, dan mengurus aspek legal organisasi (Shane, 2007). Entrepreneur juga perlu melakukan perencanaan guna menghadapi ketidakpastian dan asimetri informasi dalam mengelola sumber daya manusia, fisik dan keuangan, yang pastinya akan ditemukan ketika mengeksploitasi peluang (Reynolds dan White, 1997). Perencanaan juga akan membantu entrepreneur dalam mengartikulasikan visinya sehingga pertumbuhan dapat terlihat (Baum, et al., 1998).

Aspek penting lainnya dalam CO adalah mode eksploitasi peluang. Keputusan dalam hal ini didorong oleh adanya penemuan sebagai diri yang bebas (Kobia dan Sakalieh, 2010). Ada beberapa aspek dalam mengeksploitasi peluang. Diantaranya adalah keputusan untuk melakukan *spin-off* dan *risk adjusted expected value* (Bhide, 2000; Audretsch, 2001; Lowe, 2001); ketidakpastian peluang dan keradikalan peluang (Hendersen, 1993; Christiansen dan Bower, 1996; Shane, 2001); mengintegrasikan proses, memilih bentuk legalitas organisasi, menetapkan ukuran

pengorganisasian, dan jumlah sumber daya manusia yang terlibat (Shane, 2007). Guna memaksimalkan eksploitasi peluang maka ada beberapa alternatif upaya yang dapat dilakukan para entrepreneur. Sehingga dengan upaya tersebut diharapkan dapat tercipta organisasi baru. Menurut Baron dan Shane (2005), peningkatan kesadaran melihat peluang pada seorang entrepreneur dapat ditempuh dengan upaya sebagai berikut: membangun pengetahuan yang luas dan kaya; pengorganisasian pengetahuan; meningkatkan akses terhadap informasi; menciptakan koneksi antar pemilik pengetahuan; membangun *practical intelligence*; dan memadukan antusiasme dengan kesadaran gagal.

Dengan demikian terlihat bahwa peluang entrepreneurial itu muncul karena adanya beragam factor. Juga secara singkat dapat dikatakan bahwa peneliti dalam pendekatan ini mengamati bagaimana entrepreneur dalam proses menciptakan organisasi baru, bukan menciptakan bisnis atau peluang baru.

Fokus penelitian lain dalam pendekatan perilaku adalah perbedaan tipe organisasi yang diciptakan oleh para entrepreneur, yang akhirnya membentuk tipe entrepreneur. Masalahnya disini adalah organisasi tidak hanya dibuat oleh para entrepreneur. Bisa saja organisasi dibuat oleh manajer, politisi, artis, dan pemuka agama. Bisa jadi mereka itu tidak memiliki aspek-aspek untuk disebut sebagai entrepreneur. Menyadari keadaan ini, para ahli pendekatan perilaku baiknya tidak puas dengan pernyataan sederhana bahwa entrepreneur adalah pencipta organisasi. Jika hanya memandang entrepreneurship sebagai sebuah peran yang dilakukan seseorang untuk menciptakan organisasi tentunya belum lengkap. Akan lebih sempurna

menjelaskan entrepreneurship ketika dikaitkan dengan sifat-sifat seseorang dan aspek lingkungan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami proses entrepreneurial. Entrepreneur dapat dibedakan dengan manajer berdasarkan niatnya. Ada tiga karakteristik yang berbeda dalam aktivitas proses entrepreneurial, yaitu motivasi dan niat untuk menciptakan kesejahteraan dan akumulasi modal; kemampuan mengenali peluang guna menciptakan kesejahteraan; dan penentu peluang mana yang sebaiknya direalisasikan (Shane, 2007). Kritisi lain dikemukakan oleh Amit (1993). Ia menyatakan bahwa pendekatan perilaku telah gagal membedakan entrepreneur dengan manajer, serta pendekatan tidak memberikan kejelasan kapan entrepreneurship berakhir dengan menciptakan organisasi.

Masalah pendefinisian entrepreneurship berdasarkan pendekatan sifat dan perilaku adalah tidak memberikan gambaran utuh terhadap entrepreneurship (Venkataraman, 1997). Keduanya menjelaskan secara parsial. Seperti kisah kumpulan orang buta yang menjelaskan gajah. Menguji pertanyaan “mengapa seseorang menciptakan sebuah organisasi?”, dan “bagaimana mereka perbedaan mereka dengan yang tidak menciptakan organisasi?”, tidak memberikan penjelasan tentang pertanyaan “bagaimana keberlanjutan perilaku mereka pada masa awal organisasi berdiri dan selama organisasi berdiri?”. Dengan mengetahui jawaban pada pertanyaan terakhir akan membantu dalam menjawab pertanyaan “mengapa organisasi yang dibuat ada yang sukses meningkat dan ada yang gagal?”

C. Pendekatan identifikasi Peluang (*The opportunity identification approach*)

Venkataraman (1997) berpendapat bahwa bidang studi entrepreneurship masih merupakan misteri karena banyaknya definisi yang diberikan oleh para peneliti. Ia lalu memberikan pendekatan alternatif untuk memahami definisi entrepreneurship. Pendekatan itu adalah identifikasi peluang. Venkataraman (1997) berargumen bahwa dalam bidang studi ekonomi, para ekonom tidak mendefinisikan ekonomi dengan mendefinisikan para alokator sumber daya. Begitu juga para sosiolog tidak mendefinisikan sosiologi dengan mendefinisikan society-nya. Oleh sebab itu, merupakan sebuah kesalahan jika para peneliti entrepreneurship mendefinisikan entrepreneurship dengan mendefinisikan para entrepreneur.

Definisi sebaiknya berkenaan dengan masalah utama yang sangat diperhatikan serta bagaimana memahaminya. Masalah utama menurut Venkataraman (1997) adalah “*the absence of the current market for future goods and services, and how these goods manage to come into existence is in itself incomplete*”. Berdasarkan pandangannya tersebut maka sebaiknya para peneliti berusaha memahami bagaimana peluang (*opportunity*) ditemukan, diciptakan, dieksploitasi dan oleh siapa (Venkataraman, 1997; Shane dan Venkataraman, 2000; Eckhardt dan Shane, 2003). Karena peluang akan menjadi gerbang bagi terwujudnya barang dan jasa di masa depan. Jadi peluang entrepreneurial merupakan suatu situasi dimana seseorang mampu menciptakan kerangka kombinasi baru yang bernilai pada sumber daya, dengan kombinasi baru itu para entrepreneur meyakini dapat menghasilkan keuntungan (*profit*) (Shane, 2007). Pada situasi ini terlihat bahwa entrepreneurship melibatkan perpaduan *entrepreneurial*

opportunities dan *enterprising individuals*.

Kondisi tersebut selaras dengan pendapat Schumpeter (1976) yang mengindikasikan bahwa dalam kewirausahaan harus ada *innovative enterprising individual* dan *lucrative opportunities* dalam pasar yang inefisien. Pasar yang inefisien menyediakan peluang bagi entrepreneur untuk dieksploitasi ketidakefisienannya dalam rangka menciptakan kesejahteraan. Mendahului Schumpeter, Arrow (1976) mengemukakan bahwa peluang bagi ditemukannya atau diciptakannya barang dan jasa untuk masa depan akan terjadi karena pengetahuan, informasi, dan inovasi terdahulu yang tersebar pada market participants. Situasi ini disebut juga Kirznerian Opportunities.

Kobia dan Sakalieh (2010) melihat bahwa Schumpeterian dan Kirznerian tidak menyepakati tentang eksistensi peluang entrepreneurial, apakah karena perbedaan kemampuan individu terhadap akses informasi, atau karena perbedaan dalam kepemilikan informasi. Begitu juga kita dapat temukan bahwa informasi yang sama pada seseorang akan diproses berbeda oleh orang lain. Sehingga pertanyaan dalam pendekatan ini adalah “mengapa seseorang mengeksploitasi peluang sedangkan yang lain tidak?”

Jawaban pada pertanyaan tersebut telah diupayakan oleh para ahli. Hal itu terjadi karena adanya perbedaan kognitif, insentif, dan *opportunity cost* antar individu. Semuanya mempengaruhi seseorang untuk mencari dan mengeksploitasi peluang, serta menentukan sukses tidaknya proses eksploitasi peluang entrepreneurial (Shaver dan Scott, 2001; Shane, 2007). Perbedaan kemampuan kognitif untuk menganalisa informasi pasar berpengaruh

signifikan pada usaha baru yang dirintis oleh entrepreneur, khususnya berkaitan dengan alokasi resiko; Adanya persepsi insentif akan memotivasi seseorang untuk mengeksploitasi peluang sementara orang lain tidak melakukan; dan ketika *opportunity cost* rendah, akan ada kecenderungan pada seorang individu untuk mengambil resiko. Kemauan untuk mengambil resiko berkaitan juga dengan latar belakang keluarga, sosialisasi awal memasuki dunia bisnis, factor ekonomi, ODE, NDE (Kolvered, 1996; Gibb, 2001, Kobia dan Sakalieh, 2010). Pada keadaan tersebut, entrepreneur dapat didefinisikan sebagai seseorang yang kreatif dalam menemukan jalan untuk menambah kesejahteraan, kekuasaan dan prestise dirinya. Kemudian jika ia berlatar belakang dari keluarga entrepreneur besar kemungkinan untuk menjadi entrepreneur juga.

Paparan tiga pendekatan di atas menunjukkan kepada kita bahwa definisi entrepreneurship berdasarkan pendekatan identifikasi peluang menjanjikan para peneliti dan akademisi makna entrepreneurship yang utuh. Di dalamnya mencakup kombinasi antara kumpulan sifat dan perilaku pada individu yang berupaya mengidentifikasi peluang dalam lingkungan bisnis. Oleh sebab itu, Kobia dan Sakalieh (2010) menyarankan kepada para peneliti agar mengembangkan kerangka kerja umum dalam pendekatan ini berkenaan dengan: karakteristik peluang, individu yang menemukan dan mengeksploitasi peluang, proses akuisisi sumber daya dan pengorganisasiannya, serta strategi yang digunakan untuk mengeksploitasi dan melindungi profit.

Pembahasan ketiga pendekatan di atas juga menunjukkan kepada kita tentang kompleksitas entrepreneurship. Entrepreneurship tidak bisa didefinisikan dengan satu pendekatan. Bahkan

entrepreneurship dikaji dalam beberapa disiplin ilmu seperti ekonomi, psikologi, sosiologi, dan antropologi. Sampai dengan saat ini, definisi entrepreneurship yang memiliki legitimasi akademik masih sedang diperjuangkan para peneliti.

PENUTUP

Definisi entrepreneurship yang disepakati masih sedang diperjuangkan. Penting bagi peneliti untuk mengartikulasikan keyakinannya terhadap entrepreneurship guna mengenali bahwa keyakinannya itu akan berpengaruh pada pertanyaan penelitiannya. Karena entrepreneurship tergolong bidang studi yang relative baru maka upaya untuk mendefinisikan entrepreneurship pastinya akan menjadi gairah tersendiri bagi para peneliti. Bahkan disini akan melibatkan para ahli dari disiplin ilmu yang beragam. Hal ini juga yang pada akhirnya menjadi sebab sulitnya mendefinisikan siapa itu entrepreneur? Apa saja yang dilakukan oleh para entrepreneur? Bagaimana para entrepreneur mengidentifikasi peluang? Dan lingkungan entrepreneurial seperti apa yang mendukung terciptanya suatu perusahaan? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut perlu diteliti lebih lanjut dengan harapan akan dapat membantu memahami entrepreneurship secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Amit, R. (1993), "Opportunity cost and entrepreneurial activity", *Journal of Business Venturing*, Vol. 10 No. 2, pp. 95-106.

Amit, R., Glosten, L. and Muller, E. (2003), "Challenges to theory development in

entrepreneurship research", *Journal of Management Studies*, Vol. 30 No. 5, pp. 815-33.

Arrow, K.J. (1976), "Limited knowledge and economic analysis", *American Economic Review*, Vol. 64 No. 1, pp. 1-10.

Audretsch, D. (2001), "Research issues relating to structure, competition, and performance of small technology-based firms", *Small Business Economics*, Vol. 16, pp. 37-51.

Baron, R.A. and Shane, S.A. (2005), *Entrepreneurship: A Process Perspective*, Thomson South Western, Mason, OH.

Baum, J.R., Locke, E.A. and Kirkpatrick, S. (1998), "A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 83 No. 1, pp. 43-54.

Begley, J.M. (1995), "Using founder status, age of firm, and company growth rate as the basis for distinguishing entrepreneurs from managers of smaller business", *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, pp. 249-63.

Begley, T.M. and Boyd, D.P. (1987), "Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2 No. 1, pp. 79-93.

Bhide, A. (2000), *The Origin and Evolution of New Business*, Oxford University Press, New York, NY.

Bjerke, B. (2007), *Understanding Entrepreneurship*, Edward Elgar, Cheltenham and Northampton, MA.

Bjerke, B. and Hultman, C. (2002), *Entrepreneurial Marketing. The*

- Growth of Small Firms in the New Economic Era, Edward Elgar, Cheltenham and Northampton, MA.
- Boone, C., de Brabander, B. and Hellemans, J. (2000), "Research note: CEO locus of control and small firm performance", *Organization Studies*, Vol. 21 No. 3, pp. 641-6.
- Boyd, N.G. and Vozikis, G.S. (1994), "The influence of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions and actions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 No. 4, pp. 63-77.
- Bygrave, W.D. (1997), *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, Inc., New York, NY.
- Carland, J.H., Boulton, F. and Carland, J. (1984), "Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization", *Academy of Management Review*, Vol. 9 No. 2, pp. 354-9.
- Carland, J.W., Hoy, F. and Carland, J.A. (1988), "Who is an entrepreneur? Is a question worth asking", *American Journal of Small Business*, Vol. 12 No. 4, pp. 33-9.
- Chen, G.C., Greene, P.G. and Crick, A. (1998), "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?", *Journal of Business Venturing*, Vol. 13 No. 4, pp. 295-317.
- Chitty, M. (2009), <http://localenterprise.wordpress.com>
- Christiansen, C. and Bower, J. (1996), "Customer power, strategic investment, and failure of leading firms", *Strategic Management Journal*, Vol. 17, pp. 197-218.
- Collins, J. (2002), "Chinese entrepreneurs: the Chinese Diaspora in Australia", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 8, pp. 113-33.
- Coulter, M. (2001), "Entrepreneurship in Action", Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Cowling, M. and Bygrave, W.D. (2002), "Entrepreneurship and unemployment: relationships between unemployment and entrepreneurship in 37 nations participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM)", SSRN, Rochester, NY.
- Davidsson, P. (2003), "The domain of entrepreneurship research: some suggestions", in Katz, J. and Shepherd, D. (Eds), *Cognitive Approaches to Entrepreneurship*, Vol. 6, Elsevier Science, Cambridge, MA, pp. 315-72.
- Eckhardt, J. and Shane, S. (2003), "The importance of opportunities to entrepreneurship", *Journal of Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 333-49.
- Frese, M. (2007), "Towards a psychology of entrepreneurship: an action theory perspective", *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 15 No. 6.
- Gartner, W.B. (1985), "Framework for describing the phenomenon of new venture creation", *Academy of Management Review*, Vol. 10, pp. 696-706.
- Gartner, W.B. (1989), "'Who is an entrepreneur?' is the wrong question", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Summer, pp. 47-68.
- Gibb, D.W. (2001), "Towards a theory of entrepreneurship careers", *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 3 No. 6, pp. 12-22.
- Henderson, R. (1993), "Underinvestment and incompetence as

- responses to radical innovation: evidence from the photolithographic alignment equipment industry”, *Rand Journal of Economics*, Vol. 24 No. 2, pp. 243-66.
- Hindle, K. and Rushworth, S. (2000), *Yellow Pagesw Global Entrepreneur Monitor Australia*, 2000, Swinburne University of Technology, Hawthorne.
- Kirby, P. (2004), *Entrepreneurship and Economic Development*, Free Press, New York.
- Klyver, K (2012). “Gender differences in entrepreneurial networks-adding an alters perspective”. Emerald Group Publishing Limited.
- Kobia, M. and Sakalieh, D. (2010). “Towards a search for the meaning of entrepreneurship”. *Journal of European Industrial Training*, Vol. 34 No. 2, pp 110-127
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (2004), *Entrepreneurship, Theory, Process, Practice*, 6th ed., Thomson South-Western, Stanford, CT. NY
- Kolvered, L. (1996), “Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 20 No. 3, Spring, pp. 23-31.
- Lau, C.-M. and Busenitz, L.W. (2001), “Growth intentions of entrepreneurs in a transitional economy: The People’s Republic of China”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26 No. 1, pp. 5-20.
- Lee, D.Y. and Tsang, E.W.K. (2001), “The effects of entrepreneurial personality: background and network activities on venture growth”, *Journal of Management Studies*, Vol. 38 No. 4, pp. 583-602.
- Low, M. and Macmillan, I.C. (2001), “Entrepreneurship: past research and future challenges”, *Journal of Management*, Vol. 14 No. 2, pp. 139-61.
- Lowe, R. (2001), “Entrepreneurship and information asymmetry: theory and evidence from the University of California”, working paper, University of California, Berkeley, CA.
- McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*, Van Nostrand, Princeton, NJ.
- Markku, V. (2002), “The role of different theories in explaining entrepreneurship”, *Journal of Business Administration*, Vol. 2 No. 5, pp. 812-32.
- Mason, P.L. (2000), “Understanding recent empirical evidence on race and labour market outcomes in the USA”, *Review of Social Economy*, Vol. 58 No. 3, pp. 319-38.
- Miller, J. (1988), “The nature of an entrepreneur”, *Personnel Psychology*, Vol. 24, pp. 141-53.
- Murray, L. (2001), “Managers and entrepreneurs: a useful distinction?”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 3, pp. 429-57.
- Nixon, R. (2004), *GEES Enterprise, Skills & Entrepreneurship Resource Pack*, Plymouth.
- Orser, B.J., Elliott, & C., Leck. (2011). *Feminist attributes and entrepreneurial identity. Gender in Management: An International Journal*, Vol. 26 No. 28, pp 561-589.
- Purnomo, Margo (2010), “Kompetensi entrepreneurial sebagai mata rantai yang hilang”. *Rumah Kewirausahaan dan Pengembangan Diri Press*, Bandung.

- Purnomo, Margo (2012), "Gender dalam jaringan social kewirausahaan". Rumah Kewirausahaan dan Pengembangan Diri Press, Bandung.
- Rauch, A. and Frese, M. (2007), *The Psychology of Entrepreneurship*, <http://books.google.com>
- Reynolds, P. and White, S. (1997), "The entrepreneurial process: economic growth", *Men, Women and Minorities*, Quorum Books, Westport, CT.
- Schere, I. (1982), "Tolerance to ambiguity as a factor", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 3 No. 2, pp. 195-206.
- Scherer, R.F., Adam, J.S., Carley, S. and Wiebe, F.A. (1989), "Role model performance effects on the development of entrepreneurial career", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 13 No. 3, pp. 53-71.
- Schumpeter, J.A. (1976), *Theory of Economic Development* (Reviewed), Harvard University Press, Boston, MA.
- Sexton, D.L. and Bowman, N. (1985), "The entrepreneur a capable executive and more", *Journal of Business Venturing*, Vol.1, pp. 129-40.
- Shane, S. (2001), "Technology opportunities and new firm creation", *Management Science*, Vol. 47 No. 9, pp. 1173-81.
- Shane, S. (2007), *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar, Aldershot.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, Vol. 26 No. 1, pp. 13-17.
- Shaver, K.G. and Scott, L.R. (2001), "Person, process and choice: the psychology of new venture creation", *Entrepreneur Theory and Practice*, Vol. 16 No. 2, pp. 71-92.
- Stewart, W.H. Jr and Roth, P.L. (2001), "Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic", *Review Journal of Applied Psychology*, Vol. 86 No. 1, pp. 145-53.
- Stewart, W.H. Jr, Watson, W.E., Carland, J.C. and Carland, J.W. (1999), "A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers", *Journal of Business Venturing*, Vol. 14 No. 2, pp. 189-214.
- Stewart, W.H., Carland, J.C., Carland, J.W., Watson, W.E. and Sweo, R. (2003), "Entrepreneurial dispositions and goal orientations: a comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, Vol. 41 No. 1, pp. 27-46.
- Timmons, J.A. (1994), *New Venture Creation*, Irwin, Homewood, IL.
- Van Praag, C. and Cramer, J. (2001), "The roots of entrepreneurship and labour demand: individual ability and low aversion", *Economica*, Vol. 68 No. 269, pp. 45-62.
- Venkataraman, S. (1997), "The distinctive domain of entrepreneurship research",