

Kompetensi Entrepreneurial:
Mata Rantai yang Hilang untuk Menjadi Wirausaha Sukses

MAKALAH

Penulis:

Margo Purnomo, S.IP., M.M.
NIP: 19771111 200801 1 011



JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PADJADJARAN
2009

Kompetensi Entrepreneurial: Mata Rantai yang Hilang untuk Menjadi Wirausaha Sukses

Oleh:
Margo Purnomo, S.IP., M.M.

ABSTRAK

Upaya menyuburkan semangat entrepreneurship dilakukan Pemerintah dengan dikeluarkannya Inpres No. 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Di era reformasi entrepreneurship dianggap penting untuk mengatasi krisis ekonomi masyarakat. Dalam krisis ekonomi, wirausaha berperan sebagai agen transformator masyarakat. Namun upaya-upaya memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan yang ada cenderung politis dan baru sebatas pada program sesaat, yaitu berupa bantuan keuangan. Bantuan ini awalnya menyembuhkan, namun faktanya, tidak sedikit wirausaha yang muncul akhirnya kandas. Karena itu, dalam makalah ini penulis mencoba untuk memberikan pemahaman bahwa penentu kesuksesan dalam berwirausaha tidak ditentukan oleh modal keuangan saja. Ada mata rantai yang hilang dan kurang mendapat perhatian dalam upaya menggalakkan kewirausahaan, mata rantai tersebut bernama kompetensi entrepreneurial. Yaitu sekumpulan pengetahuan, keterampilan dan sikap sebagai satu kesatuan yang harus dimiliki dan dikembangkan wirausaha agar mampu memunculkan kinerja terbaiknya dalam berwirausaha. Kompetensi entrepreneurial tersebut penulis bagi kedalam tiga klaster, yaitu Klaster Inti, terdiri dari Kepemimpinan, Pengambilan Keputusan, dan Komunikasi; Klaster Manajerial, terdiri dari Manajemen Waktu, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan; dan Klaster Etika, terdiri dari Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial. Kompetensi entrepreneurial menjadi *critical success factors* dalam berwirausaha.

Kata kunci:

Entrepreneur, Entrepreneurship, Intrapreneur, Entrepreneurial opportunities, Entrepreneurial competencies.

DAFTAR ISI

Abstrak	1
Daftar Isi	2
1. Pendahuluan	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	4
2. Tinjauan Pustaka	5
2.1 Kompeten dan Kompetensi	5
2.2 Entrepreneur	6
2.3 Entrepreneurship	9
2.4 Entrepreneurship sebagai Proses	10
2.5 Entrepreneurship sebagai Disiplin Ilmu	11
2.6 Kompetensi Entrepreneurial	11
3. Kompetensi Entrepreneurial	13
3.1 Mata Rantai yang Hilang	13
3.2 Dimensi-dimensi Kompetensi Entrepreneurial	14
3.2.1 Kompetensi Inti	15
3.2.2 Kompetensi Manajerial	19
3.2.3 Kompetensi Etika	22
4. Kesimpulan	25
Daftar Pustaka	26

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketimpangan struktur penguasaan aset ekonomi produktif yang terjadi selama era reformasi mengakibatkan terjadinya kesenjangan dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Manggara Tambunan (2004) menyebutkan bahwa setelah krisis ekonomi berjalan selama tujuh tahun, pelajaran berharga yang dapat diambil diantaranya adalah:

1. Ekonomi Indonesia tidak dapat hanya mengandalkan peranan usaha besar,
2. Usaha kecil menengah (UKM) memiliki ketahanan yang lebih baik dibandingkan dengan usaha besar karena UKM lebih efisien, dan
3. Hingga sekarang belum ada kejelasan kebijakan industri dan bagaimana yang diadopsi agar lebih mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja bagi pengangguran dan kemiskinan.

Belajar dari keadaan tersebut, pemerintah telah memprioritaskan pembinaan terhadap koperasi dan usaha kecil sebagai pilar ekonomi nasional, membuka peluang dan meningkatkan akses permodalan, serta berbagai skeme kredit melalui perbankan dan BUMN. Komitmen pemerintah dalam pemberdayaan pengusaha kecil dan koperasi sangat beralasan dan sudah sewajarnya mendapat perhatian lebih dari semua pihak.

Menjadi entrepreneur tidaklah mudah. Berwirausaha tidak selalu menjadi jaminan 100% mencapai kesuksesan. Ada beberapa *critical success factors* yang harus diperhatikan oleh para entrepreneur maupun yang berminat menjadi entrepreneur untuk meraih sukses. Setiap kali penulis bertanya kepada mahasiswa maupun peserta pelatihan “*Apa modal utama menjadi entrepreneur?*” dan “*apa yang paling pokok ketika berwirausaha?*”. Kebanyakan mahasiswa dan peserta pelatihan biasanya akan menjawab bahwa modal utama menjadi entrepreneur adalah uang, dan yang paling penting dalam berwirausaha juga uang. Ketika penulis bertanya kepada para pengusaha mikro, “*apa masalah utama mereka ketika menjalankan usaha?*” kebanyakan mereka menjawab

kekurangan modal uang untuk usaha. Bentuk program pemberdayaan usaha mikro dan kecil saat ini pun masih berorientasi pada pemberian modal uang. Alam berfikir seperti itu yang pada akhirnya menjadi penghambat kemajuan entrepreneurship.

Alam berfikir itu, juga menjadi penyebab tidak diperhatikannya variabel penting lain yang justru berkontribusi besar terhadap kesuksesan entrepreneur. Variabel ini adalah kompetensi entrepreneurial.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam makalah ini adalah:

1. Apa sebabnya kompetensi entrepreneurial menjadi mata rantai yang hilang?
2. Kompetensi apa saja yang termasuk ke dalam kompetensi entrepreneurial?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berikut mencoba memberikan klarifikasi konsep-konsep kunci dalam ranah entrepreneurial. Konsep-konsep tersebut diantaranya adalah wirausaha, wiraswasta, entrepreneur dan intrapreneur; entrepreneurship; serta kompeten dan kompetensi.

Sebelum membahas lebih jauh tentang kompetensi entrepreneurial adalah penting untuk memahami konsep kompeten dan kompetensi. Kedua kata ini seringkali digunakan secara bergantian dan tumpang tindih. Padahal keduanya ada pada wilayah yang berbeda dalam makna.

2.1 Kompeten dan kompetensi

Kompeten dan kompetensi adalah adaptasi dari bahasa Inggris, yaitu *competence* dan *competency*. *Competence* dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai kemampuan melaksanakan semua tugas yang ada dalam pekerjaannya sesuai dengan standar yang diharapkan. Para ahli sumber daya manusia seperti Woodruffe (1990) mendefinisikan: “*competence is a work related concept which refers to areas of work at which the person is competent*”. Mansfield and Mitchell (1996: 46) menyatakan bahwa kompeten singkatnya adalah ‘*mastery of skills and understanding*’. Mereka juga berpendapat bahwa kompeten merupakan ‘*aspects of personal effectiveness*’. Pengertian senada juga diutarakan oleh Boyatzis (1982) yang mendefinisikan kompeten sebagai “*causally related to effective or superior performance in a job*’. Oleh karena itu, kompeten adalah kemampuan (*ability*) seseorang yang diperlukan untuk mengerjakan pekerjaannya.

Penggunaan kata kompeten seringkali tumpang tindih dengan kata kompetensi. Sebagai dasar berfikir dalam makalah ini, penulis akan mengutip pendapat Woodruffe (1991) yang melihat bahwa kompeten berhubungan dengan wilayah “*functions of the job that an individual can perform*”. Sedangkan kompetensi berkaitan dengan “*a person’s behaviour underpinning competent performance*”. Begitu juga dengan Bird (1995), bahwa kompetensi dapat dilihat sebagai “*behavioral and observable characteristics of an*

entrepreneur. Dengan demikian, kompetensi merupakan *'behaviour'* dan kompeten sebagai *'ability'*. Oleh karena itu Tate (1995: 86) berpendapat *'input competencies with output competences.'*

Lebih jelasnya tentang apa itu kompetensi, penulis mengutip pendapat Inyang dan Enuoh (2007:4) yang mendefinisikan kompetensi sebagai *"a cluster of related knowledge, attitudes, and skills, which an individual acquires and uses together, to produce outstanding performance in any given area of responsibility"*. Jadi kompetensi mensyaratkan tiga hal yang terintegrasi, yaitu *knowledge, attitudes* dan *skills*. Dengan ketiga hal tersebut, kinerja terbaik seseorang pastinya akan dapat tercapai.

2.2 Entrepreneur

Pandangan umum tentang seorang entrepreneur adalah seorang penemu bisnis yang sama sekali baru dan mampu mengembangkannya menjadi perusahaan yang mencapai sukses secara luas secara nasional maupun internasional. Microsoft, Walt-Mart dan Aqua Golden Mississippi adalah contoh dari pandangan di atas. Entrepreneur tidak terbatas hanya pada perusahaan besar, tetapi juga pada perusahaan-perusahaan kecil. Seorang yang berani mengambil resiko membeli franchise McDonald (lokal), membuka toko kelontong, atau bisnis yang dijalankan oleh dirinya sendiri juga merupakan seorang entrepreneur.

Entrepreneur dalam bahasa Indonesia dipadankan dengan tiga kata, yaitu wirausaha, wiraswasta dan berdikari. Wirausaha sendiri berasal dari dua kata sansakerta yaitu *wira* diartikan sebagai pemberani, pejuang, pahlawan dan *usaha* diartikan sebagai kegiatan bisnis yang komersial maupun non bisnis dan non komersial. Oleh karena itu, wirausaha adalah orang yang berani berjuang dalam bisnis tertentu. Sedangkan kata wiraswasta berasal dari tiga kata sansakerta, yaitu *wira, swa, hasta*. *Swa* diartikan sebagaisendiri atau mandiri dan *hasta* diartikan sebagai tangan. Dengan demikian wiraswasta adalah orang yang berani bekerja berjuang mencapai kemandirian dengan tangannya sendiri. Padanan kata lainnya yaitu *berdikari* merupakan singkatan dari

kalimat *“berdiri di atas kaki sendiri”*. Orang-orang mandiri seringkali disebut sebagai orang yang berdikari.

Entrepreneur sendiri dalam bahasa Inggris sebenarnya berasal dari kata *entreprende* dalam bahasa Perancis. *Entreprende* dalam bahasa Inggris diartikan sebagai *“one who takes between”*. Richard Cantillon (1725) dan Jean Baptiste Say (1824) dianggap sebagai dua orang perancis yang mempopulerkan kata *entrepreneur*. Deakins berpendapat bahwa konsep *entrepreneur* dalam pemikiran Cantillon adalah:

“one who bears uncertainty, buys labour and materials, and sells products at certain prices. He is one who takes risks and makes innovation on factors of production. He was thus the first to recognize the crucial role of the entrepreneur in economic development. Say also made similar contribution - considering the entrepreneur the pivot of the economy and a catalyst for economic change and development (Deakins, 1996:8-9).

Orang yang mempopulerkan kata *entrepreneur* pada era selanjutnya adalah Schumpeter (1934). Dalam pandangannya, seorang *entrepreneur* adalah *innovator*. Pendapatnya menjadi acuan para ahli dan akademisi dalam mendefinisikan *entrepreneur* saat ini. Schumpeter (1934) percaya bahwa informasi baru merupakan suatu yang penting dalam menjelaskan eksistensi peluang usaha. Perubahan teknologi, tekanan politik, faktor-faktor lingkungan makro dan kecenderungan sosial dalam menciptakan informasi baru yang dapat digunakan pengusaha untuk mendapatkan dan mengkombinasikan kembali sumber daya dalam bentuk yang lebih bernilai. Definisi *entrepreneur* menurut para ahli modern diantaranya adalah:

1. *The entrepreneur always searches for change, responds to it and exploits it as an opportunity. (Drucker: 1985)*
2. *The American Heritage Dictionary: a person who organizes, operates and assumes the risk of business ventures.*
3. *Entrepreneurs are people who have the ability to see and evaluate business opportunities; to gather the necessary resources and to take advantage of*

them; and to initiate appropriate action to ensure success. (Meredith, Nelson and Neck: 1991)

- 4. entrepreneur is a change agent, an innovator who is also a risk taker, who exploits business opportunities in his environment and utilize resources effectively to develop new technologies, produces new products and services to maximize his profits and contributing significantly to society's development. (Inyang dan Enuoh: 2007)*

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat kita ketahui bahwa seorang entrepreneur memiliki hasrat untuk memaksimalkan keuntungan serta memberikan kontribusi secara ekonomi dan social kepada masyarakat. Ini menunjukkan bahwa entrepreneur merupakan orang yang juga memiliki kemampuan mengorganisasikan institusi bisnis dengan hasrat untuk meraih tujuan dan hasil yang bernilai dalam pandangannya.

Penulis merasa penting untuk memberikan penjelasan singkat tentang intrapreneur juga dalam tinjauan ini. Menurut Kanter (1983), intrapreneur adalah *“An employee of an existing organization may also be engaged in entrepreneurial activities through innovations and products development.* Hal ini menunjukkan bahwa seorang entrepreneur tidak selalu merupakan pendiri atau perintis perusahaan. Seorang karyawan pun dapat menjadi entrepreneur. Jika ia mampu melihat peluang, berinovasi dan mengembangkan produk di dalam perusahaan tempatnya bekerja. Ia melakukan aktivitas entrepreneurial. Hanya saja namanya intrapreneur. Pada kasus tertentu, kadang ada karyawan yang kecewa dengan perusahaannya disebabkan ketika ia melakukan aktivitas entrepreneurial, menciptakan produk atau terobosan baru, perusahaan tidak mendukungnya. Karena kekecewaannya itu ia lalu keluar dari perusahaan dan mendirikan perusahaan baru. Merealisasikan idenya. Pada saat ini berarti seorang intrapreneur telah berubah menjadi entrepreneur. Jadi, intrapreneur adalah entrepreneur di dalam sebuah perusahaan yang telah berdiri.

2.3 Entrepreneurship

Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha diberi awalan *ke* dan akhiran *an* yang bersifat membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha. Berdasarkan pemaparan konsep entrepreneur di atas maka kewirausahaan dapat diartikan sebagai hal-hal yang bersangkutan dengan keberanian seseorang untuk melaksanakan sesuatu kegiatan bisnis/non bisnis (cara mandiri).

Sejak tahun 1970-an, istilah yang banyak digunakan untuk seseorang yang melaksanakan sesuatu kegiatan bisnis adalah kewiraswastaan. Sedangkan istilah kewirausahaan mulai dipopulerkan tahun 1990-an. Istilah kewirausahaan dianggap lebih pas untuk dipadankan dengan istilah entrepreneurship daripada istilah kewiraswastaan yang lebih cenderung diartikan bersangkutan dengan kepengusahaan bisnis serta segala aktivitas yang non pemerintah. Namun demikian dalam praktek sampai saat ini ketiga istilah itu sering dipakai secara bergantian, yang satu seolah-olah sebagai padanan bagi yang lain.

Pengertian kewirausahaan ini kemudian diakomodasi dan dimantapkan dalam Inpres No.4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, dengan kalimat sebagai berikut:

”Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar”.

Definisi ini menarik karena kewirausahaan tidak hanya menyangkut kegiatan yang bersifat komersial untuk mencari untung semata. Tapi juga kegiatan yang tidak komersial sejauh dilakukan dengan semangat, sikap atau perilaku yang tepat dan unggul untuk meningkatkan efisiensi dalam arti seluas-luasnya dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik kepada semua pihak yang berkepentingan yaitu pelanggan dalam arti luas, termasuk masyarakat, bangsa, dan negara.

2.4 Entrepreneurship sebagai Proses

Entrepreneurship merupakan sebuah proses yang terus menerus. Inyang dan Enuoh (2007:3) mendefinisikan entrepreneurship sebagai “*a creative process of organizing, managing an enterprise and assuming the risk involved in the enterprise.*” Definisi ini selaras dengan Hisrich and Peters (2002: 10) yang memandang entrepreneurship sebagai “*process of creating something new and assuming the risks and rewards*”. Berdasarkan kedua definisi ini maka ada tiga aspek penting dalam entrepreneurship, yaitu:

- a. *Proses berkreasi* – membuat sesuatu yang baru dan bernilai bagi dirinya dan pelanggan;
- b. *Resiko* – finansial, psychological dan sosial; pengorbanan terhadap waktu dan usaha yang lebih;
- c. *Reward* - dapat berupa profit, kepuasan, pengalaman, kemerdekaan, dan lain-lain.

Sebagai proses, entrepreneurship menurut Awodun (2005:118) merupakan suatu tindakan untuk:

- a. *Recognizing opportunities in your environment;*
- b. *Mobilizing resources to take advantage of such opportunities;*
- c. *Ensuring the provision of new or improved goods and services to customers; and*
- d. *Obtaining profit in return for the risk to dare.*

Sedangkan Aruwa (2006: 3) memandang entrepreneurship sebagai “*The willingness and ability of an individual to seek for investment opportunities, to establish and run an enterprise successfully*”.

Entrepreneurship diperlakukan sebagai ujung tombak dalam “*invention, innovation, and introduction of new products and services in the marketplace and also enables the entrepreneurs to act as engines of growth in the economy*” (Ketchen, 2003). Prakteknya agar lebih efektif, entrepreneurship memerlukan peluang entrepreneurial, yaitu “*a set of environmental conditions that lead to the introduction of one or more new products or services in the marketplace by an entrepreneur or by an entrepreneurial team through an existing ventures or a newly created one.*” Dutta and Crossan (2005: 426). Hal tersebut selaras dengan Aina & Salao (2008) yang melihat entrepreneurship sebagai “*any purposeful activity that initiates, maintains or develops a profit oriented*

business interaction with internal situation of the business or with the economic, political and social circumstances surrounding the business”.

2.5 Entrepreneurship sebagai disiplin ilmu

Berdasarkan pemaparan di atas, entrepreneurship adalah apa yang entrepreneur lakukan – penggunaan sumber daya dalam mengelola perusahaan, menghitung resiko, manfaat, kerugian dan keuntungan dari setiap keputusan bisnis yang diambil. Sebuah proses dinamis untuk penciptaan kesejahteraan yang lebih baik, untuk dirinya dan lingkungan social disekitarnya.

Namun perlu ditekkankan di sini bahwa Entrepreneurship sendiri menurut Pekerti (1997) bukanlah melulu bakat, kepribadian khusus tertentu atau merupakan takdir. Kuratko misalnya menekankan bahwa *“entrepreneurship was increasingly seen as something that could be taught and should not be seen as some traits that one was born with (Kuratko, 2005)”*. Hal ini sejalan dengan pemahaman Peter Drucker *“the entrepreneurial mystique? It’s not magic, it’s not mysterious, and it has nothing to do with the genes. It’s a discipline. And, like any discipline, it can be learned.”* (Drucker, 1985).

Jadi, dapat dikatakan bahwa kewirausahaan merupakan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dapat dipelajari, dilatih dan dipraktikkan oleh setiap orang.

2.6. Kompetensi Entrepreneurial

Berdasarkan tinjauan di atas penulis mencoba memberikan pengertian tentang kompetensi Entrepreneurial. Yaitu sekelompok pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan entrepreneur untuk dilatih dan dikembangkan agar ia mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya. Keterampilan tersebut menurut Inyang dan Enuoh diantaranya adalah *“the ability to conceptualize and plan effectively; ability to manage other individuals, ability to manage time effectively and to learn new techniques in handling business operations; and ability to adopt to change and to handle changes in environment”*. Inyang dan Enuoh (2007:6)

Mersha dan Sriram dalam Inyang dan Enuoh (2007:3) menekankan empat area kritis dalam kompetensi entrepreneurial, yaitu:

1. *Financial management—record keeping, cash management, savings to accumulate capital, managing accounts payable and accounts receivables, etc.*
2. *Capacity management—staffing decisions and training issues, having the right type and size of facilities, and effective capacity planning to meet capacity demand.*
3. *Supply chain management—Managing supplier relations, inventory management, logistics management, etc.*
4. *Quality management—the extent the firm understands the significance of quality for efficiency, customer retention and growth, and the extent to which management practices focus on quality and customer satisfaction. The literature is replete with research that demonstrates the link between customer satisfaction and perceived service quality. Satisfied customers not only keep coming back, but they also help generate new business through positive word-of-mouth publicity.*

Kompetensi entrepreneurial diartikan juga sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja. Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai. Kompetensi yang harus dimiliki seorang entrepreneur menurut Suryana (2003) :

1. *Managerial skill*
2. *Conceptual skill*
3. *Human skill* (keterampilan memahami, mengerti, berkomunikasi dan berelasi)
4. *Decision making skill* (keterampilan merumuskan masalah dan mengambil keputusan)
5. *Time managerial skill* (keterampilan mengatur dan menggunakan waktu)

:

3. KOMPETENSI ENTREPRENEURIAL

3.1 Mata Rantai yang Hilang

Nasihat klasik menyatakan: “Janganlah memberikan ikan kepada seseorang tetapi berikanlah kailnya” tampaknya perlu dikritisi. Karena kebiasaan berfikir dengan berlandaskan pada paradigma berfikir inilah yang menjadi sebab mata rantai memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan selama kurang lebih 15 tahun ini kurang efektif. Bisa jadi, seorang entrepreneur sudah mendapatkan kailnya, tetapi bagaimana memaksimalkan potensi kail itu sendiri belum tentu tahu. Oleh karena itu, berikanlah entrepreneur kompetensi “menangkap ikan” sehingga tanpa kail pun ia akan mampu memperoleh ikan. Kegagalan bisnis pengusaha mikro, kecil dan menengah seringkali dialamatkan pada kekurangan modal uang. Sehingga kebijakan yang dilakukan Pemerintah, LSM ataupun lembaga lain dalam upaya memasyarakatkan kewirausahaan lebih menitik beratkan pada penyediaan uang, baik berupa pemberian kredit tanpa bunga, dana hibah atau pun membuat lembaga keuangan sebagai kailnya.

Model tersebut dalam pengamatan penulis dianggap kurang efektif. Upaya-upaya memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan dengan model pemberian uang biasanya cenderung politis dan baru sebatas pada program sesaat. Bantuan ini awalnya menyembuhkan, namun faktanya, tidak sedikit wirausaha yang muncul akhirnya kandas.

Pada sisi inilah kita perlu mengubah paradigma dalam memikirkan dan mengevaluasi kegagalan entrepreneur. Berdasarkan penelitian Inyang (2002) terhadap UMKM di Nigeria mencatat bahwa:

“the small scale business enterprises can achieve high level of productivity through the application of what he calls the peoplebased approaches or techniques, such as employee motivation, organizational communication, employee training and development, participation in decision making, among others. Emphasis must be re-focused in developing entrepreneurial competencies in the entrepreneurs to enable them contribute maximally to the economic development of the society.”

Berdasarkan hal tersebut, sebaiknya kita mulai memfokuskan pada kompetensi entrepreneurial untuk menumbuhkan entrepreneur baru dan keberhasilan mereka

dikemudian hari. Muhammad Yunus yang dikutip oleh Andri Wongso menyatakan: *"Poor people are not asking for charity. Charity is not a solution for poverty."*

Entrepreneurship sampai dengan saat ini dianggap penting untuk mengatasi krisis ekonomi masyarakat di Era Reformasi. Dalam krisis ekonomi, wirausaha berperan sebagai agen transformator masyarakat. Perhatian terhadap kompetensi entrepreneurial inilah yang bagi penulis perlu mendapat perhatian lebih daripada memberikan uang. Pengamatan penulis di lapangan menunjukkan bahwa jika seorang pedagang warung atau pedagang kaki lima memperoleh pendampingan, pelatihan, dan perhatian yang lebih besar pada sisi kompetensi entrepreneurial, ada kecenderungan mereka lebih berhasil. Keberhasilan mereka karena mereka mau mengembangkan kompetensi entrepreneurial secara terus-menerus sehingga menjadi sikap hidup sehari-hari. Menurut Buchari Alma (2003), sikap yang ada pada entrepreneur adalah "mau kerja keras, bekerjasama, penampilan yang baik, yakin, pandai membuat keputusan, mau menambah ilmu pengetahuan, ambisi untuk maju dan pandai berkomunikasi"

3.2 Dimensi-dimensi Kompetensi Entrepreneurial

Pada bagian ini penulis akan memaparkan sembilan dimensi kompetensi entrepreneurial. Penulis melihat ke sembilan dimensi inilah yang biasanya luput untuk dikaji dan ditindaklanjuti untuk keberhasilan pembudayaan dan memasyarakatkan kewirausahaan. Ke sembilan dimensi kompetensi entrepreneurial tersebut penulis bagi kedalam tiga klaster, yaitu Klaster Inti, terdiri dari Kepemimpinan, Pengambilan Keputusan, dan Komunikasi; Klaster Manajerial, terdiri dari Manajemen Waktu, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan; dan Klaster Etika, terdiri dari Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial.

3.2.1 Klaster Inti

Klaster ini terdiri dari tiga dimensi kompetensi yaitu Kepemimpinan, Pengambilan Keputusan dan Komunikasi. Seorang entrepreneur biasanya memiliki pandangan yang jauh ke depan. Memiliki pemikiran yang kadang melampaui zamannya. Atau bisa juga ia memiliki banyak ide-ide kreatif dan inovatif. Intinya ia memiliki visi. Pada sisi inilah kepemimpinan menjadi penting. Entrepreneur agar tetap survive sebaiknya mampu menciptakan visi bersama. Menterjemahkan visinya ke dalam aksi-aksi nyata. Menjadi penyemangat dan memberi teladan bagi orang-orang yang bersamanya. Sehingga dengan kompetensi kepemimpinan ia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama mewujudkan ide-idenya. Hal ini juga yang menjadi latar belakang pentingnya kompetensi komunikasi bagi seorang entrepreneur.

Inti dari kepemimpinan adalah pengambilan keputusan. Baik tidaknya seorang entrepreneur dalam memimpin akan tercermin dari keputusan-keputusan yang dia ambil. Tidak sedikit kegagalan entrepreneur dikarenakan kurang tepat dalam mengambil keputusan. Ketidak tepatan dalam mengambil keputusan lebih banyak disebabkan oleh ketidakcukupan informasi. Idealnya, keputusan yang baik adalah keputusan yang dilandasi oleh informasi yang cukup, baik dan benar. Pada praktek sehari-hari, seorang entrepreneur biasanya akan dituntut mengambil keputusan dengan sedikit informasi atau bahkan bingung karena terlalu banyak informasi. Oleh karena itu, pada kondisi ini pun kemampuan berkomunikasi berperan penting dalam memperoleh informasi yang cukup, baik dan benar. Sehingga ada yang menyatakan bahwa inti dari pengambilan keputusan adalah komunikasi. Pembahasan kompetensi entrepreneurial inti selengkapnya sebagai berikut:

A. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah factor terpenting dalam menentukan sukses atau gagalnya suatu bisnis. Berbeda dengan 10 tahun yang lalu, lingkungan bisnis saat ini sangat kompetitif, tidak stabil dan dihadapkan dengan globalisasi. Kualitas kepemimpinan menjadi kunci penentu kegagalan atau kekuatan sebuah organisasi. Kemampuan entrepreneur untuk menghasilkan kepemimpinan yang sesuai dengan

tuntutan waktu dan jaman adalah kunci pencapaian prestasi dalam setiap aktivitasnya. Menurut Ilesanmi (2000: 187) “*successful entrepreneurs are successful leaders, they have power and motivate the entrepreneurial venture*”. Dengan kata lain, untuk meraih kesuksesan seorang entrepreneur harus memiliki kemampuan mengarahkan organisasi dan mempengaruhi *stakeholdernya* guna mencapai tujuan yang jelas dan inspiratif.

Seorang entrepreneur adalah pemimpin bagi dirinya dan bisnisnya. Dalam lingkungan organisasinya dia dituntut menunjukkan kualitas dan perilaku kepemimpinannya. Dia harus memiliki pandangan yang jauh ke depan. Memiliki pemikiran yang melampaui masanya. Ia juga dituntut memiliki banyak ide kreatif dan inovatif untuk mengatasi setiap masalah dan hambatan yang dihadapi organisasinya. Cita-citanya menjadi citacita bersama. Sehingga seorang entrepreneur mampu dalam menciptakan visi bersama.

Menterjemahkan visinya ke dalam aksi-aksi nyata menjadi sebuah perjuangan tersendiri. Perjuangan katakata dan citacita. Pada sisi ini, entrepreneur dituntut menjadi motivator dan memberi teladan bagi orang-orang yang bersamanya. Sehingga dengan kompetensi kepemimpinan ia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama mewujudkan ide-idenya. Secara singkat, dapat dikatakan ‘kepdanya berada di langit tetapi kakinya tetap menginjak bumi’.

Seperti seperangkat keterampilan-keterampilan lainnya, leadership dapat dipelajari dan dikembangkan. Leadership bukanlah bakat atau keterampilan turunan. Entrepreneur dapat meningkatkannya dengan cara latihan, baik formal maupun informal, mengulanginya terus menerus, sampai ia menguasainya. Kepemimpinan yang efektif akan membantu entrepreneur mewujudkan visinya menjadi kenyataan.

B. Pembuatan Keputusan

Pembuatan keputusan adalah hal terpenting dari efektif atau tidaknya kepemimpinan seorang entrepreneur. Hal terpenting yang harus difahami adalah antara membuat keputusan dengan ketepatan membuat keputusan adalah hal yang berbeda. Berdasarkan pendapatnya Inyang (2004: 129) pembuatan keputusan adalah *“the process of selecting among available alternatives”*. Proses pemilihan alternatif keputusan biasanya merupakan hal yang sulit untuk dilakukan. Apalagi jika alternative keputusan yang telah ada itu lebih dari lima. Oleh karena entrepreneur berhadapan dengan keputusan strategis dan teknis sehari-harinya maka ia harus diimbangi dengan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan keputusan. Dengan ini diharapkan ia mampu membuat keputusan yang tepat. Setiap keputusan yang diambil entrepreneur akan menentukan nasib organisasi perusahaan yang dipimpinnya.

Membuat sebuah keputusan adalah penting, mengimplementasikannya juga merupakan hal yang penting. Adakalanya keputusan yang tepat telah dibuat, namun entrepreneur dihadapkan pada situasi dimana dukungan terhadap keputusannya itu tidak ada. Oleh karena itu, dalam kompetensi pembuatan keputusan seorang entrepreneur sebaiknya memenuhi kebutuhan akan pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam membuat keputusan yang tepat dan mengimplementasikannya sesuai dengan situasi yang menyertainya dalam rangka pencapaian tujuan atau sasaran secara optimal Tracy (2000:61) menyatakan:

“The ability to make good decision is one of the most important skills of the successful person. In studies where the careers of managers who were promoted rapidly were compared to those of managers who were passed over for promotion, researchers found that the one distinguishing behaviour of the more rapidly promoted managers is that they were more decisive in everything they did”.

Tracy (2000: 62) juga menyatakan *“High achievers are not necessarily those who make the right decisions, but they are those people who make their decisions right.”* Biasanya orang-orang seperti ini adalah mereka yang mampu

dan mau menerima *feedback and self-correction*. Dengan kedua hal ini, mereka memperoleh informasi baru. Jika perlu, mereka pun akan mengubah keputusan yang telah dibuatnya. Walaupun demikian, mereka bukan tipe orang yang ragu, plin-plan, dan tidak teguh pada pendirian. Berdasarkan pemaparan di atas, seorang entrepreneur akan berhasil jika ia mampu membuat keputusan yang tetat, mampu mengimplementasikannya, dan mampu merubah keputusan jika diperlukan.

C. Komunikasi

Secara singkat komunikasi adalah transfer ide dari pengirim kepada penerima. Ketika penerima memperoleh makna ide yang sama dengan pengirim ide dapat dikatakan komunikasi telah efektif. Berdasarkan Inyang, Oden and Esu (2003:2) sasaran spesifik komunikasi dalam organisasi adalah “*are to influence, inform and/or to express feelings*”. Mengacu kepada Ilesanmi (2000:193), ada beberapa alasan mengapa entrepreneur dituntut mampu melakukan komunikasi efektif, yaitu:

1. *Communication process helps the entrepreneur effect the managerial functions of planning, organizing, staffing, influencing, interacting, controlling, and co-ordinating.*
2. *It facilitates distribution of work to various categories of staff.*
3. *It is an effective tool for staff participation in decision-making and entrepreneurial effectiveness.*
4. *It enhances the development of actual understanding among all organizational members.*
5. *It helps to create good public relations or image for an organization.*
6. *It is an instrument for maintaining staff discipline and in asserting authority over subordinates.*
7. *It is a means of transmitting information, work instructions and feedback at the work place.*

Jadi, komunikasi merupakan alat utama dalam mewujudkan rencana, dasar pemahaman, koordinasi dan pengendalian seorang entrepreneur dalam menjalankan tanggung jawab manajerial. Tanggung jawab ini dapat dijalankan dengan baik jika entrepreneur juga behjar bagaimana berkomunikasi dengan benar, jelas, singkat, dan elegan dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan.

3.2.2 Klaster Manajerial

Kompetensi entrepreneurial pada klaster ini merupakan kritisi terhadap para entrepreneur yang seringkali identik dengan gaya acak-acakan dan tidak teratur. Menurut hemat penulis, entrepreneur akan berhasil mewujudkan idenya dan membawa organisasinya lebih besar jika ia mampu mengelola perusahaannya dengan baik. Kemampuan mengelola ini terdiri dari Manajemen Waktu, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan. Berikut pembahasannya:

A. Manajemen Waktu

Waktu bagi entrepreneur merupakan sumber daya yang tidak ternilai. Waktu juga yang menjadi masalah bagi para entrepreneur. Sumber daya ini menurut Adair (1988) memiliki karakter yang khas: *“Time is a scare resource, it is irreplaceable and irreversible”*. Jika kita menyadari bahwa waktu adalah sumber daya yang tidak tergantikan, maka kita akan memperlakukannya dengan baik dan bijak. Oleh karena itu, bagi pebisnis dan entrepreneur waktu biasanya dianalogikan dengan uang: *time is money*.

Waktu dan uang disepadankan. Waktu dan uang bagi entrepreneur adalah sumber daya yang terbatas. Karenanya, waktu juga merupakan komoditas yang sangat bernilai. Seperti uang, waktu juga harus kita kelola dengan baik. Entrepreneur yang baik harus mampu menghindari hal-hal yang sifatnya membuang-buang waktu. Pemborosan waktu yang biasa kita temui dan merugikan entrepreneur misalnya terlambat mengambil keputusan, tidak mampu mendelegasikan tugas, melakukan hal-hal yang tidak penting, rapat molor, dan kesiaangan.

Perumpamaan *Time is money* dapat menjadi alat bantu untuk memahami betapa pentingnya seorang entrepreneur untuk memiliki kemampuan mengelola waktu. Ilesanmi (2000:194) berpendapat *“to achieve more in the day to day business, the entrepreneur must be thoroughly equipped with the skills for managing his/her time effectively”*. Ia juga menekankan agar: *“all entrepreneurs*

need to learn how to manage their time effectively by carrying out activities such as: quick decision making habits, keeping diaries, delegating duties, avoiding unnecessary interruptions, properly conducted meetings, avoiding queues, selecting and following priorities, etc. Karenanya penulis berpendapat “*A successful entrepreneur is an effective time manager*”

B. Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah sumber daya yang unik. Pada era globalisasi, karakter sumber daya manusia menjadi sulit diperoleh. Khususnya yang cocok dengan tuntutan bisnis dan karakter perusahaan. Krisis ekonomi membuat biaya pemeliharaan sumber daya manusia menjadi sangat mahal. Sumber daya manusia juga sangat sulit dipertahankan, khususnya sumber daya manusia yang kompeten dan loyal dengan perusahaan.

Modal dan sumber daya material memang penting dalam perusahaan. Namun keduanya merupakan sumber daya yang mati dan tidak memiliki emosi. Karena tidak memiliki keduanya maka kedua sumber daya tersebut tidak perlu diperhatikan kebutuhan dan motivasinya agar berdaya guna. Sehingga Inyang (2002) melihat sumber daya manusia sebagai “*the most dynamic of all the organization’s resources that need considerable attention from the organization’s management if they are to realize their full potential in their work.*”

Inyang dan Enuoh (2007:8) membagi dua sumber daya perusahaan yaitu “*human resources (labour) and capital resources (money, machinery, materials and methods)*”. Seorang entrepreneur dituntut mengelola kedua sumber daya dengan efektif dan efisien dalam rangka pencapaian tujuan-tujuan organisasi. Tanpa memiliki keterampilan manajemen sumber daya manusia, *capital resources* tidak dapat digunakan dengan efektif. Selanjutnya Inyang (2002) menyatakan “*The effective management of the human resources of an organization determines the success or failure of the organization because all other resources (inanimate) depend on the human element*”.

Alasan lainnya, jika kita amati pada perusahaan mikro, kecil dan menengah yang baru muncul, biasanya tidak memiliki departemen sumber daya manusia yang ajeg. Fungsi sumber daya manusia - seperti rekrutmen, seleksi, pelatihan, evaluasi dan pengendalian - biasanya dilakukan sendiri oleh entrepreneur atau dilimpahkan pada beberapa orang kunci yang dipercaya entrepreneur diperusahaan.

C. Manajemen Pemasaran

Hisrich and Peters (2002: 509) menyatakan, *“marketing skills in the growth stage of a new venture are also critical to a venture’s continued success. As the company grows, it will need to develop new products and services to maintain its distinctiveness in a competitive market”*. Marketing merupakan proses berkelanjutan tergantung pada kebutuhan pelanggan dan strategi bersaing. Ebitu (2005:196) menekankan bahwa *“marketing is crucial to the survival and growth of any organization. It is only marketing that brings revenue into the organization which is used to settle bills, acquire assets, carry out expansion, pay dividends and taxes and embark on community projects as part of its social responsibility”*.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa semua modal yang dialokasikan entrepreneur tergantung pada marketing. Dalam bisnis, marketing akan berkaitan erat juga dengan fungsi bisnis lainnya seperti akunting, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia. Marketing menjadi sebuah fungsi yang strategis bagi kesuksesan perusahaan. Tidak sedikit produk, ide, teknik dan metode yang berkualitas dihasilkan oleh entrepreneur gagal diterima ‘pasar’ karena entrepreneur tidak kompeten dalam pemasaran.

D. Manajemen Keuangan

Modal adalah darah usaha yang dijalankan entrepreneur. Setiap perusahaan memerlukan modal untuk menjalankan aktivitasnya. Modal di sini bermakna dua hal. Makna pertama adalah uang yang diperlukan untuk memulai

dan menjalankan operasi bisnis, dan makna kedua adalah asset. Yaitu sumber daya yang disediakan entrepreneur dan pemberi kredit agar bisnis dapat berlangsung.

Ojong (2005) mengidentifikasi bahwa *“one of the characteristics of a successful entrepreneur is his/her ability to source for funds for his enterprise”*. Modal yang telah diperoleh tersebut harus tersedia setiap waktu untuk menghidupi perusahaan. Dengan latar belakang tersebut, maka sangat esensial seorang entrepreneur memiliki kompetensi manajemen keuangan. Mbat (2001: 3) mendefinisikan manajemen keuangan sebagai *“the planning, organizing, directing and controlling of the firm’s financial resources”*.

Manajemen keuangan yang baik akan meminimalisir resiko. Untuk itu, menurut Inyang dan Enuoh (2007:10), ada tiga area yang harus dipertimbangkan oleh entrepreneur dalam mengelola keuangannya, yaitu tabungan, asuransi, dan investasi. Kedua ahli tersebut juga menambahkan, *“most entrepreneurial failure are due to the inability of the entrepreneurs to effectively manage funds which they source for their ventures”*. Oleh karena itu, mengembangkan kemampuan mengelola keuangan merupakan factor utama bagi kesuksesan entrepreneur.

3.2.3 Klaster Etika.

Klaster Etika, terdiri dari Kompetensi Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial. Pada klaster ini, etika merupakan pedoman bagi entrepreneur dalam berperilaku ketika menjalankan usahanya. Etika berkenaan dengan aturan dan prinsip-prinsip benar dan salah serta baik dan buruk. Etika merupakan kewajiban dan pedoman moral bagi entrepreneur dalam beraktivitas dan menjalin hubungan bisnis. Sebagai pebisnis yang etis, entrepreneur dituntut untuk tidak hanya mengejar *profit* berupa duit tetapi dia juga harus mampu memberikan *benefit* kepada masyarakat.

Penulis menganggap adalah hal yang wajar ketika seorang entrepreneur bertanggung jawab kepada masyarakat. Entrepreneur sebagai operator bisnis, menurut Inyang dan Enuoh (2007:13) bahkan harus mampu melindungi dan memperbaiki

masyarakat. Mereka menyatakan, *“the business operators have a responsibility to protect and improve society, and their actions should not in anyhow endanger a community or society*. Pembahasan lebih lanjut kedua dimensi kompetensi etis di atas sebagai berikut:

A. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan aplikasi prinsip-prinsip etika dalam hubungannya dengan para stakeholder dan segala aktivitas yang ada di dalamnya. Statt (1999: 19) memandang etika bisnis sebagai:

“the application of ethical concerns to the world of business and it usually takes one of three forms:

- 1. Code of ethics: Where a company has explicit guidelines for the members about what constitutes acceptable behaviour to stakeholders like staff or customers;*
- 2. Changes in the Board of Directors: To include people from outside the business world who reflect broader interests; and*
- 3. Social Responsibility: By a company in the marketing of its goods and services”.*

Para entrepreneur dan karyawannya memiliki kewajiban dan tanggungjawab etis dalam organisasi perusahaan. Jujur dan bertanggung jawab merupakan dua kata etis yang wajib dijunjung dalam hubungan antara entrepreneur dengan karyawan atau dengan semua stakeholder. Oleh sebab itu, entrepreneur selayaknya memiliki kemampuan-kemampuan yang berkenaan dengan etika untuk keberhasilan di dalam menjalankan bisnisnya. Tracy (2000: 213) berargumen bahwa, *“People don’t buy products or services. They “buy” the people who are selling the products or services. First, you sell yourself as a likeable and credible person, and then you sell what you represent”.*

B. Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan yang dibangun oleh entrepreneur pada umumnya dilatarbelakangi oleh motif mencari keuntungan. Keuntungan juga yang menyebabkan orang mau berinvestasi dalam bisnis yang dijalankan oleh entrepreneur. Motif mencari keuntungan ini mengarahkan semua potensi entrepreneur untuk berbisnis menghasilkan produk yang dapat dijual berupa

barang atau jasa. Karena institusi bisnis ada di dalam masyarakat, maka sudah sepatutnyalah para entrepreneur merasa bertanggung jawab atas kemajuan lingkungan disekitar perusahaannya. Inyang (2007:16) menyatakan,

”The business venture also has the responsibility to embark on certain projects within and outside its environment as part of its social responsibility. Business should not only be concerned about the quality of goods and services they produce to generate profit but also their contribution to the quality of life in their operational environment.

Inyang (2004: 148 – 149) mendefinisikan tanggungjawab social sebagai, *“the obligation of businessmen to pursue those policies, to make those decisions or to follow those lines of action, which are desirable in terms of objectives and values of the society of their location”*. Para operator bisnis bertanggung jawab untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tindakan para entrepreneur jangan sampai membahayakan masyarakat. Mereka sebaiknya menunjukkan *corporate responsiveness*, Inyang (2004: 148 – 149), yaitu *”the ability of an organization to relate its operations and policies to the environment in ways that are mutually beneficial to the organization and the society”*.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari pembahasan materi sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Kebiasaan berfikir dengan melandaskan pada nasihat klasik yang menyatakan: “Janganlah memberikan ikan kepada seseorang tetapi berikanlah kailnya” tampaknya perlu dikritisi. Kegagalan bisnis pengusaha mikro, kecil dan menengah seringkali dialamatkan pada kekurangan modal uang. Sehingga kebijakan yang dilakukan Pemerintah, LSM ataupun lembaga lain dalam upaya memasyarakatkan kewirausahaan lebih menitik beratkan pada penyediaan uang atau membentuk lembaga keuangan sebagai kailnya. Namun karena itu, tidak sedikit entrepreneur yang akhirnya cepat kandas atau bahkan lembaga keuangan yang telah disepakati bersama itu hidup enggan, mati tidak mau. Oleh karena itu, sebaiknya berikanlah entrepreneur kompetensi “menangkap ikan” sehingga tanpa kail pun ia akan mampu memperoleh ikan. Kompetensi ini dinamakan kompetensi entrepreneurial.
2. Kompetensi entrepreneurial dibagi kedalam tiga klaster, yaitu Klaster Inti, terdiri dari Kepemimpinan, Pengambilan Keputusan, dan Komunikasi; Klaster Manajerial, terdiri dari Manajemen Waktu, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan; dan Klaster Etika, terdiri dari Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial. Dengan selalu mengembangkan kesembilan dimensi kompetensi ini diharapkan menjadi penunjang suksesnya seorang entrepreneur

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, J. 1988. *Effective time management*. London: Cox and Wyman.
- Aina, S. A. & Salao, B. A. 2008. *The role of three tiers of government in entrepreneurial national development*. International Business Management.
- Anugerah Pekerti. 1997. *Mitos dan Teori dalam Pengembangan Kewirausahaan*, Makalah Lokakarya Kewirausahaan PT, DP3M Dikti, Puncak Bogor, 18 – 20 Agustus 1997.
- Aruwa, S.A.S. 2006 *Entrepreneurial development, small and medium enterprises* Kaduna: Entrepreneurship Academy Publishing
- Awodun, M. 2005. *A process approach towards defining entrepreneurship*, Lagos Organisation Review.
- Abuja.Cole, G.A. 1990. *Management: theory and practice*. London: The Gnersay.
- Buchari Alma. 2003. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Deakins, D. 1996 *Entrepreneurship and small firms*. London: McGraw – Hill Companies.
- Drucker, P.F. 1985. *Innovation and entrepreneurship*. London: William Heinmann.
- Dutt, D.K.& Crossan, M.M. 2005 *The nature of entrepreneurial opportunities: understanding the process using the 4I organizational learning framework*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. New York: McGraw – Hill.
- Ebitu, E.T. 2005. *Marketing function*. In S. N. Udo (ed). *Entrepreneurial development: principles and practice*. Calabar: Wusen Press.
- Hisrich, R.D & Peters, M.P. 2002. *Entrepreneurship*.(5th Ed) New York: McGraw-Hill.
- Ilesanmi, O.A. 2000. *Entrepreneurial development*. (1st Ed). Ilorin, Nigeria: Kda Success Publications.
- Instruksi Presiden RI No. 4 Th. 1995 *tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan*. Jakarta.

- Inyang, B.J. 2002. *Productivity improvement techniques in small-scale enterprises*, International Journal of Social Science and Public Policy.
- Inyang, B.J. 2004. *Corporate planning and policy: concepts and application*. Calabar: Merb Publishers.
- Inyang, B.J., Oden, S.N.I. & Esu, B. 2003 *Essentials of business communication*. Calabar: Merb Publishers.
- Kanter, R.M. 2003. *The Change Masters*. New York: Simon and Schuster.
- Ketchen, D.J, Jr. 2003 *From the special issue editor: entrepreneurship: past accomplishments and future challenges*. Journal of Management,
- Kuratko, D. F. & Hodgett, R. M. 2001 *Entrepreneurship: A contemporary approach*. New York: Harcourt Inc.
- Mbat, D.O. 2001. *Financial management*. New York: Domes Associates.
- Meredith, G.G., Nelson, R.E. & Neck, P.A. 1996. *The practice of entrepreneurship*. (2nd Impression) Lagos: University Press.
- Mersha, T. & Sriram, V. 2008 *Entrepreneurial Competency And Success In Africa*, Conference Proceedings San Juan, Puerto Rico, USA
- Ojong, C.M. 2005. *Starting a new business*. In *SN. Udo (ed). Entrepreneurial development: principles and practice*. Calabar: Wusen Press.
- Statt, D. A. 1999. *Concise Dictionary of business management*. London: Routledge.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Tracy, B. 2000. *Absolutely unbreakable laws of business success*. London: McGraw – Hill.

Sumber Internet:

[http://www.andriewongso.com/awartikel-2843-Artikel Tetap Menolong dengan -
Menumbuhkan Semangat dan Kemampuan Berwirausaha](http://www.andriewongso.com/awartikel-2843-Artikel_Tetap_Menolong_dengan_Menumbuhkan_Semangat_dan_Kemampuan_Berwirausaha)