

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi dan Pengertian *Entrepreneurship*

Kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis, *entreprendre*, yang sudah dikenal sejak abad ke-17, yang berarti berusaha. Dalam hal bisnis, maksudnya adalah memulai sebuah bisnis. Kamus Merriam-Webster menggambarkan definisi *entrepreneur* sebagai seseorang yang mengorganisir dan menanggung risiko sebuah bisnis atau usaha.

Menurut Thomas W. Zimmerer (2008) *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Menurut Andrew J. Dubrin (2008) *entrepreneur* adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif.

Istilah *entrepreneurship* (kewirausahaan) pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (ability) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. *Entrepreneurship* adalah segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *entrepreneur* dalam merintis, menjalankan dan mengembangkan usaha mereka.

Entrepreneurship merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat

disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

2.2. Sejarah Entrepreneurship

Entrepreneurship secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Di luar negeri, istilah *entrepreneurship* sendiri telah dikenal sejak abad ke-17, sedangkan di Indonesia istilah *entrepreneurship* baru dikenal pada akhir abad ke-20. Beberapa istilah *entrepreneurship* seperti di Belanda dikenal dengan *ondernemer*, dalam bahasa Prancis dikenal dengan istilah *entreprenre*, dalam bahasa Jerman *entrepreneur* disebut dengan *unternehmer*, turunan dari kata *unternehmen* yang diartikan menjalankan, melakukan dan berusaha.

Pendidikan *entrepreneurship* mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan *entrepreneurship* atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan *entrepreneurship*.

DI Indonesia, *entrepreneurship* dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman *entrepreneurship* baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat *entrepreneurship* menjadi berkembang.

2.3. Tahap-tahap *Entrepreneurship*

Ada tahap-tahap yang dilakukan oleh seorang *entrepreneur* dalam menjalankan usahanya. Secara umum tahap-tahap dalam melakukan *entrepreneurship*:

a. Tahap memulai

Tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat tantangan atau peluang usaha baru dan dilanjutkan dengan kemungkinan dan adanya keinginan untuk membuka usaha baru. Tahap ini juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri, atau jasa atau usaha yang lain.

b. Tahap melaksanakan usaha

Dalam tahap ini seorang *entrepreneur* mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: menjalankan bentuk usaha, pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil risiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

c. Tahap mempertahankan usaha

Tahap di mana *entrepreneur* berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis untuk mengatasi segala masalah dan hambatan dalam menjalankan usahanya. *Entrepreneur* yang berhasil adalah yang mampu

mempertahankan usahanya dari segala hambatan, tantangan, dan masalah yang ada sehingga usahanya dapat berjalan dengan lancar.

d. Tahap mengembangkan usaha

Tahap ini adalah di mana *entrepreneur* berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan dan inovasi untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Dalam perkembangannya bisa dengan memperbanyak relasi, memperbarui metode dan sistem, memperbarui produk yang dihasilkan, memperbesar dan memperluas usaha, menambah kualitas, menambah pelayanan, menambah tenaga kerja. Dalam tahap ini *entrepreneur* melakukan kontribusi ekonomi dalam jangka panjang terhadap manusia, alam dan lingkungan. Dari manfaat pengembangan usaha ini dapat diperoleh secara jelas, kontribusi untuk masalah lapangan kerja, yaitu akan ada penambahan tenaga kerja.

Proses *entrepreneurship* diawali dengan suatu aksioma, yaitu adanya tantangan. Dari tantangan tersebut timbul gagasan, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lain adalah berfikir kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan tadi teratasi dan terpecahkan. Semua tantangan pasti memiliki risiko, yaitu kemungkinan berhasil atau tidak berhasil. Oleh sebab itu *entrepreneur* adalah seorang yang berani menghadapi risiko dan menyukai tantangan (Suryana, 2006)

2.4. Pentingnya Entrepreneurship

Ciputra mengemukakan lima alasan penting mengapa perlu mempromosikan *entrepreneurship* untuk negara berkembang seperti Indonesia (Nugroho,2009).

a. Budaya “pegawai” atau “pekerja”

Ciputra (2009) mengemukakan fakta bahwa kebanyakan generasi muda Indonesia tidak dibesarkan dalam budaya *entrepreneur*, melainkan dalam budaya “pegawai” atau “pekerja” dan *ambtenaar* atau “pegawai negeri”. Mereka lahir dari kalangan pegawai negeri, petani, nelayan, buruh, hingga pekerja serabutan. *Entrepreneurship* tidak ada dalam pendidikan keluarga, tidak mengherankan jika setelah dewasa mereka memiliki pola pikir “mencari kerja” dan tidak dalam pola pikir “menciptakan kerja”.

b. *Entrepreneurship* tidak eksis di pendidikan formal

Jika pendidikan *entrepreneurship* tidak eksis dalam pendidikan keluarga, demikian juga dalam pendidikan formal. Inspirasi dan latihan *entrepreneurship* tidak tercermin atau tidak kita lihat dalam materi ajar kebanyakan sekolah, sebagian besar pendidikan *entrepreneurship* diberikan di Balai Latihan Kerja atau vocational education dan program-program kemitraan dari pelaku usaha besar.

c. Terlalu banyak pencari kerja

Ciputra (2009) menegaskan bahwa sudah waktunya untuk menyampaikan fakta kepada generasi muda sejak bangku sekolah dasar bahwa saat ini kita

terlalu banyak memiliki pencari kerja dan sebaliknya memiliki terlalu sedikit pencipta kerja. Bahkan sekarang kita juga semakin banyak memiliki penganggur terdidik. Sehingga dengan fakta ini kita dapat memberikan keyakinan kepada generasi muda agar dapat memikirkan pilihan menjadi *entrepreneur* secara matang dan mereka tahu bagaimana mempersiapkan diri menjadi *entrepreneur*.

d. Mendidik kemampuan menciptakan pekerjaan

Ciputra (2009) mengemukakan apabila kita tidak dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi generasi muda, kewajiban kita adalah mendidik dan melatih generasi muda untuk memiliki kemampuan menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri. Mengutip pendapat dari Caroline Jenner dalam *The Next Generation Survey*, bahwa “*We cannot give them jobs, but we can ensure that they have the core skills and competences to create them*”.

e. Penciptaan kesejahteraan masyarakat lebih luas

Pertumbuhan jumlah *entrepreneur* bukan hanya akan menolong generasi muda, melainkan secara keseluruhan akan mendorong penciptaan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas.

Kemiskinan yang semakin berat di Indonesia dapat dipahami karena melihat kondisi tingkat pengangguran. Pada tahun 2004 pengangguran mencapai 10,14% dari populasi atau sekitar 10,25 juta jiwa. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan tingkat pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2009

mencapai 9,26 juta atau 8,14% dari total angkatan kerja. Pada tahun 2007 di Stadion Senayan Jakarta lebih dari 10.000 srjana di Indonesia bersaing untuk merebutkan 500 pekerjaan (Nugroho,2009).

Selain tidak adanya kesesuaian antara yang dibutuhkan pasar kerja dan kualifikasi kompetensi calon tenaga kerja, besarnya pengangguran juga terjadi karena jumlah pencari kerja jauh lebih besar dari kesempatan kerja yang ada. Bila satu orang lulusan perguruan tinggi menjadi *entrepreneur*, maka kemungkinan ia akan mencari temannya sebagai partner dan mungkin salah satu temannya akan diajak menjadi karyawan (bekerja kepadanya). Jika jumlah lulusan itu menjadi *entrepreneur* adalah 10%, maka yang akan bergabung dengannya bisa mencapai 20% (satu partner dan satu karyawan), dengan demikian jumlah pencari kerja angkatan tahun tersebut akan berkurang 30%. Ketika lulusan perguruan tinggi kesulitan mencari pekerjaan, *entrepreneurship* bisa menjadi langkah untuk mencari nafkah dan bertahan hidup (Hendro,2011)

Fungsi dan peran *entrepreneur* dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro *entrepreneur* memiliki dua peran, yaitu penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu *entrepreneur* menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi dan sebagainya. Sebagai perencana *entrepreneur* berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru dan lain-lain. Secara makro peran *entrepreneur* adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja yang

berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu Negara. (Suryana, 2006)

2.5. Manfaat Entrepreneurship

Menurut Zimmerer T. & Scarborough N, manfaat dari *entrepreneurship*, antara lain:

a. Peluang mengendalikan nasib sendiri

Memiliki atau memimpin perusahaan memiliki kebebasan dan peluang bagi *entrepreneur* untuk mencapai tujuan penting baginya. *Entrepreneur* ingin mencoba menenangkan hidup mereka dan mereka menggunakan bisnis mereka untuk mewujudkan keinginan itu.

b. Peluang melakukan perubahan

Semakin banyak *entrepreneur* yang memulai bisnis karena mereka melihat peluang untuk melakukan perubahan yang menurut mereka penting. *Entrepreneur* mempunyai cara untuk mengungkapkan wujud kepedulian terhadap masalah-masalah sosial dan mempunyai keinginan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.

c. Peluang untuk mencapai potensi sepenuhnya

Bagi *entrepreneur* tidak banyak perbedaan antara bekerja dan bermain, keduanya sama saja. Mereka mengetahui bahwa batasan terhadap keberhasilan mereka adalah segala hal yang ditentukan oleh kreatifitas, antusias dan visi mereka sendiri.

d. Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas

Walaupun uang bukan daya dorong utama bagi *entrepreneur*, keuntungan dari bisnis merupakan factor motivasi yang penting untuk mendirikan perusahaan. Menurut penelitian dari Thomas Stanley dan William Danko, kebanyakan dari *entrepreneur* mencapai dua pertiga dari jutawan Amerika, sehingga *entrepreneur* adalah termasuk orang yang makmur.

e. Peluang berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha

Pemilik bisnis menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia. Peran penting yang dimainkan dalam lingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi ekonomi merupakan sebuah imbalan.

f. Peluang melakukan sesuatu yang disukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya.

Kebanyakan *entrepreneur* yang berhasil memilih dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka membuat kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang bahwa mereka melakukannya.

Ada begitu banyak tujuan *entrepreneurship* yang bisa dimanfaatkan oleh para lulusan perguruan tinggi dalam mewujudkan impiannya. *Entrepreneurship* bukan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap. Namun tak bisa disangkal bahwa *entrepreneurship* memiliki peran yang sangat vital bagi kemajuan insan, daerah, dan bangsa kita. (Hendro, 2011)

Beberapa tujuan *entrepreneurship* untuk mahasiswa dalam dunia pendidikan yaitu :

- a. Pendidikan saja tidak cukup menjadi bekal untuk masa depan.
- b. *Entrepreneurship* bisa diterapkan disemua bidang pekerjaan dan kehidupan. Dengan demikian *entrepreneurship* sangat berguna bagi bekal masa depan mahasiswa bila ingin berkarir di bidang apapun.
- c. Ketika lulusan perguruan tinggi kesulitan mendapatkan pekerjaan atau terkena PHK (Penutusan Hubungan Kerja), *entrepreneurship* bisa menjadi langkah untuk mencari nafkah dan bertahan hidup.
- d. Agar sukses di dunia kerja atau usaha, tidak cukup orang hanya pandai bicara. Yang dibutuhkan adalah bukti nyata atau realitas. Oleh karena itu *entrepreneurship* adalah ilmu nyata yang bisa mewujudkannya.
- e. Memajukan perekonomian Indonesia dan menjadi lokomotif peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran bangsa Indonesia.
- f. Meningkatkan pendapatan keluarga dan daerah yang akan berujung pada kemajuan ekonomi bangsa.
- g. Membudayakan sikap unggul, perilaku positif dan kreatif.
- h. Menjadi bekal ilmu untuk mencari nafkah, bertahan hidup dan berkembang.

Dari survei tentang sumber kekayaan orang-orang didunia, dapat disimpulkan dari mana mereka bisa menjadi kaya. Berdasarkan hasil survei itu disimpulkan kekayaan itu diperoleh karena mayoritas (80%) menjadi *entrepreneur*, sebagian kecil menjadi top eksekutif dan hanya sedikit yang berasal dari warisan atau hibah dari orang tua dan leluhurnya. (Hendro, 2011)

2.6. Siapa saja yang dianggap sebagai *Entrepreneur*

Menurut Prof. Dr. J. Winardi, SE, ada sejumlah karakteristik tipikal *entrepreneur* yang antara lain mencakup :

a. Lokus Pengendalian internal

Para *entrepreneur* beranggapan bahwa mereka berkemampuan untuk mengendalikan nasib mereka sendiri, mereka mampu mengarahkan diri mereka dan mereka menyukai otonomi.

b. Tingkat energi tinggi

Para *entrepreneur* merupakan manusia yang presisten yang bersedia bekerja keras dan mereka bersedia untuk berupaya ekstra untuk meraih keberhasilan.

c. Kebutuhan tinggi akan prestasi

Para *entrepreneur* termotivasi untuk bertindak secara individual untuk melaksanakan pencapaian tujuan-tujuan yang menantang..

d. Toleransi terhadap ambiguitas

Para *entrepreneur* merupakan manusia yang bersedia menerima risiko, mereka mentoleransi situasi-situasi yang menunjukkan tingkat ketidakpastian tinggi.

e. Kepercayaan tinggi

Para *entrepreneur* merasa diri mereka kompeten dan mereka yakin akan diri mereka sendiri dan mereka bersedia untuk mengambil keputusan-keputusan.

f. Berorientasi pada action

Para *entrepreneur* berupaya agar mereka bertindak mendahului munculnya masalah-masalah, mereka ingin menyelesaikan tugas-tugas mereka secepat mungkin dan mereka tidak bersedia menghamburkan waktu berharga.

Menurut Zimmerer, seorang *entrepreneur* adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis, dengan menghadapi risikodan ketidakpastian dan bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya.

Entrepreneur melihat potensi yang dilihat kebanyakan orang sebagai masalah atau bahkan yang tidak terpikirkan sama sekali oleh kebanyakan orang, karakteristik yang menjadikan mereka lebih tertarik mencari dan memanfaatkan peluang (Zimmerer T. & Scarborough N, 2008).

2.7. Perguruan tinggi berbasis *entrepreneurship*

Baru-baru ini perguruan tinggi di Singapura, Malaysia, Australia, Amerika dan Inggris memiliki kecenderungan yang cukup signifikan untuk menuju era baru, yaitu menjadikan *entrepreneurship* sebagai mata kuliah wajib (Hendro,2011).

Tingkat pengangguran didunia dan di Indonesia sangat tinggi. Hal ini mengakibatkan lulusan perguruan tinggi merasa sulit mencari kerja, sehingga ini menarik perhatian para pengelola perguruan tinggi negeri dan swasta di

Indonesia. Pertumbuhan semangat *entrepreneurship* di Indonesia masih cukup kecil, oleh sebab itu bila perguruan-perguruan tinggi di Indonesia ingin maju, mau tidak mau perguruan-perguruan tinggi tersebut harus mengubah visinya menjadi antisipatif. Artinya perguruan-perguruan tinggi tersebut tidak sekedar mengantar para lulusannya mendapat nilai yang tinggi disetiap bidang studi melainkan harus lebih daripada itu.

Perguruan-perguruan tinggi mulai mencetak para lulusan yang tidak sekedar menjadi pencari kerja, tetapi mencetak para *entrepreneur* muda yang berbekal *skill, knowledge, concept* dan *strategy* yang baik untuk membuat mereka sukses dikemudian hari. Di dalam Undang-undang Badan Hukum Pendidikan disebutkan universitas harus mendorong kewirausahaan. Hal ini didukung oleh pemerintah, karena pemerintah ingin menciptakan UKM-UKM muda. Dengan demikian iklim investasi menjadi kondusif dan tingkat pengangguran yang besar akan semakin berkurang. Andil perguruan tinggi memampukan para lulusannya menciptakan lapangan pekerjaan baru patut diperhatikan.

Seorang *entrepreneur* bisa berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda dari produk/pekerjaan yang dihasilkannya. Tetapi bila dihadapkan dalam masalah yang sama, seseorang yang mempunyai latar belakang pendidikan yang sama dengan apa yang dikerjakan dan dihasilkan akan mampu mengambil keputusan yang lebih baik, berdasarkan apa yang dia pelajari dibandingkan dengan latar belakang pendidikan yang berbeda. Pengambilan keputusan bisa lebih baik, karena didukung oleh ilmu dan pengetahuan akan pekerjaan yang

telah dipelajari dan literatur yang telah dibaca, sehingga akan menciptakan pemahaman lebih baik akan pekerjaan atau produk yang dihasilkan.

Dapat disimpulkan bahwa dalam bidang konstruksi, *entrepreneur* yang berasal dari latar belakang pendidikan konstruksi atau lulusan dari teknik sipil akan mempunyai pemahaman lebih baik, pengamatan yang lebih baik, mampu menganalisa peluang-peluang dan mempertimbangkan risiko-risiko dan menanggulangi hambatan dan masalah lebih baik dari *entrepreneur* yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda.

2.8. Sejumlah kendala dan masalah yang dihadapi para *entrepreneur*

Karl Vesper, dalam riset yang dilaksanakannya telah mempelajari aneka macam kendala dan masalah yang akandihadapi pada umumnya oleh para *entrepreneur*. Menurut Vesper, alasan yang paling bersifat umum adalah mereka tidak memiliki sebuah konsep yang bertahan. Alasan umum lainnya adalah bahwa mereka kekurangan pengetahuan tentang pasar. Adakalanya sulit untuk menarik orang-orang yang memiliki informasi terbaik tentang pasar, dimana mereka terikat atau mereka sendiri sudah mapan dan mereka tidak memerlukan pekerjaan penting lainnya. Bahkan kadang-kadang terlihat pula adanya kekurangan keterampilan yang menjadi kendala bagi pelaksanaan *entrepreneurship* secara berhasil.

Perlu dikemukakan masalah lainnya yakni masalah mencapai modal yang diperlukan, sewaktu perusahaan mulai didirikan. Begitu pula sewaktu perusahaan mulai berjalan, sejumlah *entrepreneur* mengalami kegagalan, karena mereka

kurang memiliki pengetahuan bisnis. Disamping itu orang-orang tertentu mungkin enggan memasuki bidang pekerjaan atau bidang usaha tertentu karena mungkin bidang usaha tersebut menimbulkan apa yang dinamakan orang stigma sosial. Adapula calon *entrepreneur* lain yang tidak dapat memasuki bidang pekerjaan atau usaha tertentu karena adanya unsur-unsur monopoli sebagai kendala.

Masalah dan kendala akan selalu ada dalam *entrepreneurship*, sehingga *entrepreneur* diharapkan mampu merencanakan dengan baik dan mampu mengantisipasi adanya masalah dan kendala sehingga usahanya tetap berjalan. Banyak usaha yang berhenti dan tutup dalam waktu beberapa tahun, sehingga usaha atau perusahaan yang lebih dari lima tahun rata-rata mampu menangani semua masalah yang ada, mampu menyelesaikan pekerjaan walaupun ada kendala dan mampu menyesuaikan diri akan perubahan yang ada.

Masalah-masalah muncul apabila kondisi nyata berbeda dibandingkan dengan kondisi yang diharapkan. Pada umumnya kita dapat merumuskan sebagai suatu penyimpangan antara kondisi yang dicita-citakan dan kondisi yang sedang berlaku (Winardi J., 2004).

2.9. Faktor kegagalan dan keberhasilan *entrepreneurship*

Belum pernah terjadi bahwa ada seorang *entrepreneur* sukses yang belum mengalami kegagalan. Biasanya *entrepreneur* yang cerdas selalu bangkit dari setiap kegagalan yang dialaminya. Bila *entrepreneur* itu berhenti mencoba lagi maka akan gagal dalam usaha (Hendro, 2011).

Kegagalan dan keberhasilan usaha seorang *entrepreneur* ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain :

a. Faktor pemasaran

Dalam konteks ini, pemasaran adalah lokomotif bagi gerbong-gerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produksi, distribusi, logistik, pembelian dan lain-lain. Banyak usaha yang gagal karena lupa bahwa lokomotifnya belum berjalan dengan baik.

b. Faktor manusia (SDM)

Membutuhkan SDM yang matang dan handal dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, mengembangkan usaha dan mempunyai kepemimpinan yang baik.

c. Faktor keuangan

Jangan pernah berpikir bahwa bisnis tanpa keuangan (arus kas) yang lancar itu bisa berhasil. Arus kas itu bagaikan aliran darah dalam tubuh kita. Bila arus kas tidak mengalir, maka bisnis pasti berhenti dan mati. Risiko keuangan harus bisa dikendalikan dengan baik, sehingga ada perhitungan dan perencanaannya.

d. Faktor organisasi

Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tapi dinamis, kreatif dan berwawasan kedepan.

e. Faktor perencanaan

Anda harus memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas. Jadi sudah pasti rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha.

f. Faktor lokasi/pasar

Faktor ini berpengaruh banyak karena usaha juga berhubungan dengan peraturan daerah, legalitas dan perizinan, situasi ekonomi dan politik, perkembangan budaya lokal yang harus diikuti, lingkungan sosial yang berbeda disetiap daerah dan faktor-faktor didaerah tersebut.

g. Faktor kreatifitas

Dalam sebuah usaha, kreatifitas sangat dibutuhkan, karena pekerjaan selalu mengalami perubahan, terdapat masalah yang kompleks, kemajuan informasi dan teknologi yang selalu berkembang yang menuntut selalu adanya kreatifitas.

h. Faktor lapangan

Faktor lapangan akan sangat menentukan, dimana pekerjaan di lapangan selalu kompleks, banyak terjadi hal yang selalu berubah dan masalah yang timbul bisa berbeda dan bisa pula tak terduga, maka diperlukan koordinasi yang baik dan strategi yang baik untuk melaksanakannya.

Faktor kegagalan dan keberhasilan usaha bukan hanya dilihat dari seberapa keras ia bekerja, tetapi seberapa cerdas ia melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya. *Entrepreneur* yang cerdas akan selalu bangkit

dari setiap kegagalan yang dialaminya. Apabila *entrepreneur* itu berhenti mencoba lagi, *entrepreneur* itu gagal dalam usaha. Oleh sebab itu kegagalan usaha akan muncul karena berbagai hal. Banyak peluang keberhasilan tetapi belum tentu tepat, karena peluang keberhasilan yang tepat itu mengandung keselarasan, keserasian dan keharmonisan. Konsep dan strategi menjalankan usaha sangat tergantung pada bagaimana kita menyikapi dan menarik sisi positif dari faktor-faktor keberhasilan sebuah usaha. (Hendro, 2011)

