



KEWIRAUSAHAAN I



UNIVERSITAS INABA

Modul 6

Karakteristik UMKM dan Tipe-tipe Wirausaha

Fanji Wijaya, S.Kom., M.M.

BAB 6

KARAKTERISTIK UMKM DAN TIPE-TIPE

Sub CPMK: Mahasiswa dapat menjelaskan tentang karakteristik UMKM dan tipe-tipe Kewirausahaan

5.1 KARAKTERISTIK UMKM

A. Pengertian dan jenis-jenis UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam buku Teori dan Implementasi Kewirausahaan UMKM karya Herlinawati dkk.(2018) dijelaskan pengertian dan kriteria UMKM di Indonesia dan negara-negara lain di dunia. Di Indonesia peraturan perundangan yang khusus mengatur UMKM adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Menurut undang-undang tersebut usaha yang digolongkan sebagai UMKM adalah usaha yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Selanjutnya, undang-undang tersebut merinci kriteria-kriteria khusus hingga sebuah usaha digolongkan menjadi Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah.

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria aset maksimal Rp50 juta dan omsetnya maksimal Rp 300 juta per tahun.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Kriterianya yaitu memiliki aset di atas Rp50 juta hingga Rp500 juta dan omsetnya di atas Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar per tahun.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar. Kriterianya yaitu memiliki aset di atas Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan omsetnya di atas Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar per tahun.

Negara-negara di dunia memiliki kriteria masing-masing terkait UMKM ini. Bank Dunia mengelompokkan UMUKM dalam tiga jenis, yaitu:

1. Small enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 30 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$3 juta, dan jumlah aset tidak melebihi \$3 juta.
2. Micro enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 10 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$100 ribu, dan jumlah aset tidak melebihi \$100 juta.
3. Medium enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan maksimal 300 orang, pendapatan setahun hingga mencapai \$15 juta, dan jumlah aset hingga mencapai \$15 juta.

European Commission membagi UMKM ke dalam tiga jenis juga, yaitu:

1. Medium-sized enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 250 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$50 juta, jumlah aset tidak melebihi \$43 juta.
2. Small-sized enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 50 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$10 juta, jumlah aset tidak melebihi \$13 juta.
3. Micro-sized enterprise, dengan kriteria: jumlah karyawan kurang dari 10 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$2 juta, jumlah aset tidak melebihi \$2 juta.

Singapura mendefinisikan UKM sebagai usaha yang memiliki minimal 30% pemegang saham lokal, aset produktif tetap (*fixed productive asset*) dibawah SG\$15 juta. Untuk perusahaan jasa, jumlah karyawan minimal 200 orang. Sedangkan Malaysia mendefinisikan UKM sebagai usaha yang

memiliki jumlah karyawan yang bekerja penuh (full time worker) kurang dari 75 orang atau modal pemegang sahamnya kurang dari RM 2,5 juta. UKM di Malaysia dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. Small industry (SI), dengan kriteria jumlah modal saham sampai RM500 ribu.
2. Medium industry (MI), dengan kriteria jumlah modal saham antara RM500 ribu sampai RM2,5 juta.

Jepang membagi UKM dalam 4 kriteria, sebagai berikut:

1. Mining and manufacturing, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥300 juta.
2. Wholesale, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥100 juta.
3. Retail, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 54 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥50 juta.
4. Services, dengan kriteria jumlah karyawan maksimal 100 orang atau jumlah modal saham sampai sejumlah ¥50 juta.

Korea Selatan mendefinisikan UKM sebagai usaha yang jumlah karyawannya di bawah 300 orang dan jumlah asetnya kurang dari US\$60 juta..

5.2 Karakteristik UMKM di Indonesia

Karakteristik UMKM di Indonesia dapat dilihat dari berbagai sudut pandang atau perspektif. Diantaranya dari perspektif usaha, profil bisnis dan aspek komoditas sebagaimana dikemukakan oleh Herlinawati dkk.(2018). Dalam perspektif usaha, UMKM di Indonesia diklasifikasikan dalam empat kelompok: Pertama, UMKM Sektor Informal. Contohnya pedagang kaki lima. Kedua, UMKM Mikro, adalah UMKM penghasil kerajinan, tetapi kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya. Ketiga Usaha Kecil Dinamis, adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerja sama (menerima pekerjaan subkontrak) dan ekspor.

Keempat, Fast Moving Enterprise, yaitu UMKM yang mempunyai kecakapan wirausaha dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Karakteristik UMKM dalam profil bisnis UMKM Bank Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Karakteristik UMKM Berdasarkan Profil Bisnis

No.	Ukuran Usaha	Karakteristik
1.	Usaha Mikro	<p>Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti.</p> <p>Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat berpindah tempat.</p> <p>Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun.</p> <p>Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.</p> <p>Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.</p> <p>Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.</p> <p>Umumnya belum akses kepada perbankan, tetapi sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank.</p> <p>Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.</p> <p>Contoh Usaha Mikro:</p> <p>Usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya; Industri makanan dan minuman, industri meubelair, pengolahan kayu dan rotan,</p>

		industri pandai besi pembuat alat-alat; Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar; Peternak ayam, itik, dan perikanan; Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, ojek dan penjahit (konveksi).
2.	Usaha Kecil	<p>Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap; tidak gampang berubah.</p> <p>Lokasi/ tempat usaha umumnya sudah menetap; tidak berpindah-pindah.</p> <p>Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana.</p> <p>Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.</p> <p>Sudah membuat neraca usaha.</p> <p>Sudah memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.</p> <p>Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha.</p> <p>Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal.</p> <p>Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning.</p> <p>Contoh Usaha Kecil:</p> <p>Usaha tani pemilik dan penggarap tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja; Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya; Pengrajin industri makanan dan</p>

		minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan; Peternakan ayam, itik, dan perikanan; Koperasi berskala kecil.
3.	Usaha Menengah	<p>Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian</p> <p>Menengah tugas yang jelas, antara lain bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.</p> <p>Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk oleh perbankan.</p> <p>Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan.</p> <p>Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga.</p> <p>Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.</p> <p>Pada umumnya sudah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.</p> <p>Contoh Usaha Menengah:</p> <p>Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah;</p> <p>Usaha Perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor; Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), jasa transportasi taksi dan bus antar propinsi; Usaha Industri gament, industri makanan</p>

		dan minuman, elektronik dan logam; Usaha Pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

Karakteristik UMKM berdasarkan aspek komoditas diuraikan pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Karakteristik UMKM Berdasarkan Aspek Komoditas

No.	Karakteristik	Penyebabnya
1.	Kualitas belum standar	Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk handmade sehingga standar kualitasnya beragam.
2.	Desain produknya terbatas	Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
3.	Jenis produknya terbatas	Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama.
4.	Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas	UMKM yang kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga, umumnya karena keterbatasan anggaran dan pembiayaan, serta kurangnya keahlian manajerial usaha.
5.	Bahan baku kurang terstandar	Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
6.	Kontinuitas produk tidak	Karena produksi belum teratur, maka biasanya

	terjamin dan kurang sempurna	produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya.
--	------------------------------	--------------------------------------------------

5.3 Karakteristik Positif dan Negatif UMKM

Karakteristik UMKM dapat pula dilihat dari perspektif positif dan negatif yang menunjukkan kelebihan dan kekurangan dalam menjalankan bisnis UMKM sebagaimana yang diuraikan di bawah ini.

5.3.1 Karakteristik Positif UMKM

Ukuran usaha UMKM yang umumnya kecil menjadikan UMKM lebih fleksibel atau memiliki fleksibilitas yang relatif tinggi dibandingkan usaha besar dan memiliki banyak keunggulan lainnya dalam menjalankan usahanya, terutama dari segi pembentukan dan operasional. Berikut merupakan kelebihan atau karakteristik positif yang dimiliki usaha kecil menengah:

1. **Kecepatan Inovasi.** Kekuatan lainnya dalam menjalankan bisnis UMKM adalah, tidak adanya hirarki dan kontrol yang terlalu kaku seperti perusahaan besar kebanyakan dimana membuat para pekerjanya memiliki gerak yang lebih luas dan dapat menyumbangkan ide mereka. Bisnis dengan skala yang kecil dan memiliki kebebasan lebih dibandingkan bisnis besar membuat pekerjanya dapat secara leluasa menyalurkan ide-ide secara kreatif dan inovatif yang belum memiliki banyak pesaing. Tidak hanya itu, produk-produk dan ide-ide baru tersebut dapat dirancang, digarap dan diluncurkan dengan segera.
2. **Menciptakan Lapangan Kerja.** Pemilik bukanlah satu-satunya orang yang mendapatkan keuntungan dalam membangun usaha kecil menengah. Pemerintah dan masyarakat pun juga banyak diuntungkan dari usaha ini. Karena dengan banyaknya usaha kecil

menengah yang tumbuh di Indonesia, semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta dan juga peningkatan penghasilan dalam negeri. Maka dari itu tidak heran usaha kecil menengah menjadi salah satu kekuatan penggerak roda perekonomian di Indonesia.

3. **Fokus Dalam Satu Bidang.** Usaha kecil menengah tidak wajib untuk selalu mengikuti permintaan pasar seperti layaknya perusahaan besar yang selalu mengikuti arus pertumbuhan jaman. Usaha ini dapat fokus dalam satu bidang usaha tertentu. Untuk mengembangkan usahanya, pemilik bisa menghadirkan inovasi-inovasi atau ide kreatif yang bisa diaplikasikan pada produk yang dijual. Contohnya, sebuah usaha kerajinan rumahan bisa fokus menggarap satu model atau jenis kerajinan tertentu dan cukup melayani permintaan konsumen tertentu untuk bisa mencapai laba.
4. **Kebebasan Menentukan Harga.** Usaha kecil menengah memiliki kekuatan lebih dalam menentukan harga barang maupun produksi jasa dibandingkan dengan usaha besar. Hal ini karena pemilik UMKM sendirilah yang memegang aset dan sumber kekayaan juga hasil produksi sehingga mereka lebih leluasa dalam menentukan harga barang yang mereka jual ke pasaran.
5. **Fleksibilitas Operasional.** Usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan. Hal ini lah yang membuat pergerakan dalam bisnis UKM lebih fleksibel dan membuat para karyawan yang bekerja memiliki ruang gerak dan ruang berpikir yang lebih luas. Selain itu, kecepatan reaksi bisnis ini terhadap segala perubahan seperti trend produk, selera konsumen, dll cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.
6. **Biaya Operasional yang Rendah.** Kebanyakan usaha kecil menengah bekerja dari domisilinya masing-masing tanpa memiliki ruang perkantoran yang tetap. Meski begitu, hal ini juga dapat menjadi

salah satu keuntungan dalam bisnis UKM. Mengapa? karena biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak terlalu besar. Apabila dilihat lebih jauh lagi, usaha kecil menengah mendapatkan biaya sokongan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah dan bank dalam bentuk kemudahan pajak, donasi atau uang tunai secara langsung. Faktor ini menjadi dukungan besar bagi para usahawan yang menjalankan usaha kecil menengah.

5.3.2 Karakteristik Negatif UMKM

UMKM bagaikan dua sisi mata uang, selain memiliki banyak keunggulan atau karakteristik positif dalam operasional usahanya, akan tetapi ada juga beberapa kelemahan dalam menjalankan bisnis UMKM ini. Berikut adalah beberapa kekurangan atau karakteristik negative pada usaha kecil menengah:

1. **Sedikitnya Anggaran dan Pembiayaan.** Usaha berskala kecil biasanya memiliki anggaran yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar dalam menjalankan usahanya. Hal ini disebabkan karena sumber anggaran modal biasanya hanya bersumber dari pemilik usaha saja. Sumber dana pemilik usaha sendiri pun bisa beragam seperti pinjaman atau kredit usaha. Oleh karena itu, para usahawan UMKM harus mengatur anggaran se-efisien mungkin demi kelancaran operasional usaha. Kekurangan pembiayaan operasional yang tidak dicegah bisa mengakibatkan pailit, sebab kapasitas UMKM untuk membayar hutang hampir tidak ada.
2. **Waktu Untuk Melengkapi Kebutuhan Singkat.** Sebab sedikitnya para pengambil keputusan dalam usaha kecil menengah, para usahawan terpaksa harus pontang-panting berusaha memenuhi kebutuhan pokok bisnisnya seperti produksi, sales dan marketing. Hal ini bisa mengakibatkan tekanan yang cukup besar dan membuat para

usahawan menjadi tidak fokus dalam menyelesaikan permasalahan satu persatu.

3. **Manajemen Karyawan Lemah.** Karena memiliki lingkup kerja bisnis yang lebih kecil dibandingkan bisnis besar, usaha UMKM biasanya memiliki kelemahan dalam manajemen karyawan dimana pemilik akan kesulitan dalam pembagian kerja yang proposional pada karyawan. Hal ini terjadi karena biasanya bisnis usaha ini memiliki karyawan yang terbatas sehingga mereka terkadang harus melakukan dua atau lebih pekerjaan sekaligus hingga terkadang bekerja melewati batasan jam kerja. Selain itu, terbatasnya pekerja juga bisa menimbulkan masalah, salah satunya adalah ketika pekerja mengundurkan diri atau berhenti secara tidak langsung akan membuat pemilik kesulitan dalam mencari pengganti pekerja. Tidak hanya itu, hal ini juga akan memakan waktu yang mana bisa menyebabkan jalannya produksi bisa terhambat.
4. **Lemah Menghadapi Tekanan dari Luar.** Tidak hanya tekanan dari dalam perusahaannya sendiri, tetapi tekanan yang dialami oleh usaha kecil menengah dari luar juga banyak menghadang. Biasanya tekanan ini berasal dari kompetitor - kompetitor bisnis usaha serupa yang dijalankan. Contohnya seperti apabila bisnisnya menerima order dalam jumlah yang besar tanpa adanya daya produksi yang mengimbangi atau adanya kemungkinan dari perusahaan lebih besar yang melancarkan serangan yang tidak fair demi menyingkirkan pesaing potensialnya.
5. **Kurangnya Tenaga Ahli.** Usaha kecil menengah kebanyakan tidak mampu untuk membayar jasa tenaga ahli untuk mengerjakan pekerjaan tertentu yang disebabkan karena keterbatasan dana yang dimiliki. Hal ini merupakan kelemahan terbesar bagi para usaha kecil menengah apabila dibandingkan dengan lembaga bisnis besar yang mampu mempekerjakan orang yang sudah ahli dalam bidangnya.

Akibatnya, kemampuan bersaing bisnis skala kecil di pasar yang luas menjadi sangat kecil.

Demikianlah kekurangan dan kelebihan dalam menjalankan usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia, yang mana bisa menjadi pertimbangan ketika Anda ingin membuat bisnis UKM. Apabila ada pendapat lain mengenai hal ini dapat digunakan untuk melengkapi karakteristik positif dan negatif UMKM ini.

5.4 KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KARAKTER YANG BERORIENTASI TERHADAP TINDAKAN

A. Karakteristik Wirausaha

Suryana (2013) mengemukakan ciri-ciri umum kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian, seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang. Ciri-ciri kewirausahaan meliputi enam komponen penting, yaitu: percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinalitasan, dan berorientasi pada masa depan. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

1. **Penuh percaya diri**, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.
2. **Memiliki inisiatif**, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
3. **Memiliki motif berprestasi**, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
4. **Memiliki jiwa kepemimpinan**, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, tangguh dalam bertindak.
5. **Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan**, dan oleh karena itu menyukai tantangan.

Selain ciri-ciri tersebut masih banyak ciri lainnya yang bergantung dari sudut pandang dan konteks penerapannya. Para ahli mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda, akan tetapi

pada umumnya memiliki makna yang hampir sama. Misalnya Geoffrey G. Meredith (Suryana, 2013) mengemukakan enam ciri dan watak kewirausahaan yang dijelaskan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Karakteristik dan Watak Kewirausahaan

No.	Karakteristik	Watak
1.	Percaya diri dan optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.
2.	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, bertekad kerja keras serta inisiatif.
3.	Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan	Mampu mengambil risiko yang wajar.
4.	Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik.
5.	Keorisinalitasan	Inonatif, kreatif dan fleksibel.
6.	Berorientasi masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Arthur Kuriloff dan John M. Mempel (Suryana, 2013) Mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan, seperti yang diuraikan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 Nilai-Nilai dan Perilaku Kewirausahaan

No.	Nilai-Nilai	Perilaku
1.	Komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai
2.	Risiko moderat	Tidak melakukan tindakan spekulatif, melainkan berdasarkan pada perhitungan yang matang.

3.	Melihat peluang	Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.
4.	Objektivitas	Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan.
5.	Umpan balik	Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan.
6.	Optimisme	Menunjukkan keparcayaan diri yang besar walaupun berada dalam situasi berat.
7.	Uang	Melihat uang sebagai suatu sumber daya, bukan tujuan akhir.
8.	Manajemen proaktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan.

Seorang wirausahawan (entrepreneur) menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber itu bisa dikapitalisasikan.

Para peneliti telah mencurahkan banyak waktu dan usaha sepanjang dasawarsa terakhir ini untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai “kepribadian wirausahawan”. Walaupun penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa karakteristik yang cenderung ditunjukkan pada wirausahawan, tidak ada satu pun dari kajian ini yang berhasil menunjukkan dengan pasti ciri-ciri yang dibutuhkan untuk mencapai sukses. Berikut ini adalah ringkasan mengenai profil karakteristik wirausahawan:

1. Hasrat akan tanggung jawab.

Para wirausahawan merasakan tanggungjawab pribadi yang amat dalam terhadap hasil atas usaha yang telah mereka mulai. Mereka

lebih memilih dapat mengendalikan sumber-sumber daya mereka untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sendiri.

2. Lebih menyukai risiko menengah

Para wirausahawan bukanlah orang-orang yang mengambil risiko secara membabi buta, melainkan orang yang mengambil risiko yang diperhitungkan. Penelitian atas para pendiri bisnis yang terdaftar sebagai perusahaan yang paling pesat pertumbuhannya di majalah Inc. menunjukkan tidak adanya korelasi antara toleransi risiko dan kewirausahaan. “ Keyakinan bahwa para wirausahawan adalah pengambil risiko besar tidaklah benar,” kata peneliti dan mantan CEO Inc. 500, Keith McFarland. Tidaklah seperti penjudi, para wirausahawan jarang berjudi. Tujuan-tujuan mereka di mata orang lain mungkin tampak tinggi-bahkan mustahil tercapai, tetapi wirausahawan melihat situasi itu dari sudut panjang yang berbeda dan yakin bahwa tujuan mereka realistis dan dapat diraih.

Mereka biasanya melihat peluang di bidang-bidang yang sesuai dengan pengetahuan , latar belakang, dan pengalamannya, yang akan meningkatkan peluang suksesnya. Kewirausahaan menyangkut perencanaan dan pengambilan risiko yang telah diperhitungkan berdasarkan pengetahuan mengenai pasar, ketersediaan sumber daya atau produk, dan tindakan terencana yang berpotensi akan berhasil.

3. Meyakini kemampuan untuk sukses.

Para wirausahawan pada umumnya sangat yakin terhadap kemampuan mereka untuk sukses. Mereka cenderung optimis terhadap peluang kesuksesan. Dalam jajak pendapat mengenai bisnis kecil baru-baru ini, National Business Independent Federation (NBIF) menemukan bahwa pemilik bisnis menilai keberhasilan perusahaan mereka secara cukup tinggi, yaitu rata-rata 7,3 dalam skala 1(gagal sama sekali) sampai 10 (sangat sukses). Tingkat optimisme yang

tinggi kiranya dapat menjelaskan mengapa para wirausahawan yang berhasil pernah gagal, umumnya lebih dari sekali, sebelum akhirnya berhasil. “Saya tidak percaya pada keberuntungan , saya percaya pada diri sendiri,” kata Kerri Evans, pemilik usaha salon hewan bergerak.

4. Hasrat untuk mendapatkan umpan balik yang sifatnya segera.

Wirausahawan menikmati tantangan dalam menjalankan perusahaan dan mereka ingin mengetahui sebaik apa mereka bekerja dan terus menerus mencari umpan balik. “Saya senang menjadi wirausahawan,” kata Nick Gleason, salah satu pendiri CitySoft Inc. , perusahaan desain halaman web yang berbasis di Cambridge, Massachusetts. “Saya suka segala sesuatu yang berhubungan dengan kreativitas dan tantangan.”

5. Tingkat energi yang tinggi.

Wirausahawan lebih energik dibandingkan orang kebanyakan. Energi ini merupakan factor penentu mengingat luar biasanya upaya yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan. Kerja keras dalam waktu lama merupakan keharusan bukan selingan, dan hal itu dapat melelahkan.

6. Orientasi masa depan.

Wirausahawan memiliki indera yang kuat dalam mencari peluang. Mereka melihat ke depan dan tidak begitu mempersoalkan apa yang telah dikerjakan kemarin, melainkan lebih mempersoalkan apa yang akan dikerjakan besok. Tidak puas hanya dengan duduk dan bersenang-senang dalam keberhasilannya, wirausahawan sejati tetap berfokus pada masa depan. Tom Stemberg pendiri jaringan pemasok kantor Staples, melanjutkan membuka Zoots, jaringan dry cleaning dengan 54 toko (ia mendapatkan ide ini setelah salah satu binatang menghilangkan kemeja Brooks Brothers miliknya), dan Olly Shoes, jaringan toko-toko penjual sepatu anak-anak (ia mendapatkan ide ini

setelah merasa frustrasi pada saat ingin membelikan sepatu untuk keempat anak laki-lakinya).

Wirausahawan melihat potensi yang dilihat kebanyakan orang sebagai masalah atau bahkan tidak terpikirkan sama sekali oleh kebanyakan orang, karakteristik yang sering menjadikan mereka sebagai bahan tertawaan (sebelum ide mereka sukses besar). Apabila manajer tradisional memerhatikan pengelolaan sumber daya yang ada, wirausahawan lebih tertarik mencari dan memanfaatkan peluang. Amerika Serikat merupakan Negara yang paling banyak memiliki “para wirausahawan peluang” , yakni orang-orang yang memulai bisnis karena mereka memanfaatkan peluang dalam pasar, dibandingkan dengan “para wirausahawan kebutuhan” yaitu orang-orang yang memulai bisnis karena mereka tidak mendapatkan pekerjaan dengan cara lain.

7. Keterampilan mengorganisasi.

Membangun perusahaan “dari nol” ibarat menyusun puzzle raksasa. Wirausahawan mengetahui cara mengumpulkan orang-orang yang tepat untuk menyelesaikan tugas. Penggabungan orang dan pekerjaan secara efektif memungkinkan untuk mengubah pandangan ke depan menjadi kenyataan.

8. Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang.

Salah satu kesalahan konsep yang paling umum mengenai wirausahawan adalah anggapan bahwa mereka sepenuhnya terdorong oleh keinginan menghasilkan uang. Sebaliknya, prestasi tampak sebagai motivasi utama para wirausahawan; uang hanyalah cara sederhana untuk “menghitung skor” pencapaian tujuan –simbol prestasi. Seorang peneliti bisnis mengatakan , “Yang mendorong para wirausahawan bergerak maju adalah hal-hal yang lebih kompleks – dan lebih luhur- daripada sekadar uang. Kewirausahaan lebih mengenai menjalankan sendiri apa yang diinginkan dan menyangkut

sesuatu yang tampaknya tidak mungkin. Selanjutnya Zimmerer dan Scarborough (2008) menambahkan empat karakter lain yang sering tampak pada wirausahawan pada nomor 9 hingga 12.

9. Komitmen yang tinggi.

Wirausahawan umumnya bekerja keras agar sukses meluncurkan perusahaan, oleh karena itu seorang wirausahawan harus memiliki komitmen penuh. Para pendiri bisnis seringkali membenamkan diri sepenuhnya dalam perusahaan mereka. Kebanyakan wirausahawan harus melewati rintangan yang tampak mengecilkan hati ketika meluncurkan perusahaan dan mempertahankan perkembangannya. Hal ini memerlukan komitmen yang tinggi.

10. Toleransi terhadap ambiguitas.

Para wirausahawan cenderung memiliki toleransi yang tinggi terhadap situasi yang selalu berubah dan ambigu. Kemampuan untuk menangani ketidakpastian ini sangat penting sebab para pendiri perusahaan ini akan terus menerus dituntut mengambil keputusan dengan menggunakan informasi-informasi baru yang kadang-kadang bertentangan, yang diperoleh dari berbagai sumber yang tidak lazim. Berdasarkan pada penelitiannya, pakar kewirausahaan Amar Bhide mengatakan bahwa wirausahawan memperlihatkan 'keinginan untuk terjun ke dalam masalah ketika untuk membayangkan serangkaian hasil yang mungkin dicapainya saja sudah sulit."

11. Fleksibilitas yang tinggi.

Salah satu ciri khas para wirausahawan sejati adalah kemampuan mereka beradaptasi dengan perubahan permintaan pelanggan dan bisnisnya. Dalam ekonomi global yang berubah dengan cepat, kekakuan sering mengakibatkan kegagalan. Dengan berubahnya masyarakat kita, orang-orangnya dan seleranya, para wirausahawan juga harus bersedia menyesuaikan bisnisnya untuk memenuhi perubahan-perubahan tersebut.

12. Keuletan

Hambatan, rintangan, dan kekalahan umumnya tidak menghalangi para wirausahawan yang bertekad baja menggapai visi mereka. Mereka terus mencoba dengan gigih dan tabah tanpa putus asa hingga mencapai keberhasilan yang mereka harapkan.

Zimmerer dan Scarborough (Suryana, 2013) juga mengemukakan tiga karakteristik umum wirausahawan yang berhasil, meliputi hal-hal berikut.

1. **Proaktif**, yaitu berinisiatif dan tegas.
2. **Berorientasi pada prestasi**, tercermin dalam pandangan dan tindakan terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana dan mengutamakan pengawasan.
3. **Memiliki komitmen yang kuat pada orang lain**, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.

Sementara Dun Steinhoff dan John F. Burgess (Suryana, 2013) mengemukakan enam karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang berhasil, yaitu sebagai berikut.

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas.
2. Bersedia menanggung risiko waktu dan uang.
3. Memiliki perencanaan yang matang dan mampu mengorganisasikannya.
4. Bekerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya.
5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan pihak lain.
6. Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan.

B. Karakter yang Berorientasi Terhadap Tindakan (intensi Kewirausahaan)

Setiap individu memiliki keunikan dan karakter yang berbeda-beda. Karakter penting yang dimiliki oleh seorang wirausahawan itulah yang

membedakannya dari individu lain. Walaupun banyak orang menggagas ide bisnis hebat, banyak diantara mereka tidak pernah mengambil tindakan apapun atas ide tersebut. Ini berbeda dengan seorang wirausahawan yang mengambil tindakan untuk mewujudkan ide tersebut.

Selanjutnya Herlinawati, dkk. (2018) menjelaskan karakter penting wirausahawan yang berorientasi kepada tindakan (action) yang dikenal dengan istilah intensi. Intensi merupakan factor motivasional yang mempengaruhi tingkah laku. Intensi dapat menunjukkan seberapa besar kemauan seseorang untuk berusaha melakukan sesuatu tingkah laku tertentu. Intensi tersebut masih merupakan disposisi (kecenderungan) untuk bertingkah laku sampai pada saat ada kesempatan yang tepat.

Kamus Lengkap Psikologi karya J.P. Chaplin (Herlinawati dkk., 2018) mendefinisikan intensi (intention) sebagai:

1. Satu perjuangan guna mencapai satu tujuan;
2. Ciri-ciri yang dapat dibedakan dari proses-proses psikologis, yang mencakup referensi atau kaitannya dengan satu objek.

Pengertian pertama mengisyaratkan bahwa intensi merupakan sesuatu yang disengaja atau disadari, bahkan telah mulai dilakukan. Hal ini dipertegas dalam definisi kamus yang sama (Chaplin, 2004) mengenai istilah intentional (intensional), yaitu “menyinggung maksud, pamrih, atau tujuan; dengan maksud tertentu; disadari, atau atas kemauan sendiri”.

Dengan kata lain, intensi sama dengan niat untuk melakukan suatu perbuatan. Niat mengandung konotasi bahwa disamping perilaku yang diniatkan itu disadari dan disengaja, perilaku itu pun akan segera dilaksanakan.

Pengertian lebih komprehensif tentang intensi diberikan oleh Ajzen (Herlinawati dkk., 2018) yang menyatakan: “We have defined intention as a person’s location as a subjective probability dimension involving a relation between himself and some action. A behavioral intention, therefore, refers to a person’s subjective probability that will perform some behavior.”

Definisi di atas menunjukkan bahwa intensi merupakan probabilitas atau kemungkinan yang bersifat subjektif, yaitu perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinannya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Artinya, mengukur intensi adalah mengukur kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.

Selanjutnya menurut Ajzen dalam teorinya yang disebut theory of planned behavior, intensi dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

1. Sikap terhadap tingkah laku tertentu (attitude toward behavior)
2. Norma Subjektif (subjective norm)
3. Persepsi tentang kontrol perilaku (perceived behavior control)

Faktor pertama, sikap terhadap perilaku, adalah penilaian yang bersifat pribadi dari orang yang bersangkutan, menyangkut pengetahuan dan keyakinannya mengenai perilaku tertentu, baik dan buruknya, keuntungan dan manfaatnya.

Norma subjektif mencerminkan pengaruh social, yaitu persepsi seseorang terhadap tekanan sosial (masyarakat dan orang-orang sekitar) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tingkah laku.

Persepsi tentang kontrol perilaku merupakan persepsi mengenai sulit atau mudahnya seseorang untuk menampilkan tingkah laku tertentu dan diasumsikan merefleksikan pengalaman masa lalu beserta halangan atau rintangan yang diantisipasi.

Dua factor pertama cukup untuk melahirkan intensi, sebagaimana disebut dalam reasoned behavior yang diajukan oleh Fishbein sebelum kemudian disempurnakan oleh Ajzen (Herlinawati dkk., 2018) lewat teori planned behavior. Faktor ketiga sifatnya memperkuat atau memperlemah intensi. Jika perilaku itu dianggap sulit atau tidak mungkin dilakukan, intensi menyurut.

Ajzen dan Fishbein menambahkan, intensi memiliki empat aspek, yaitu:

1. **Target/ Sasaran:** yaitu sasaran yang ingin dicapai jika menampilkan suatu perilaku.

2. **Action:** merupakan suatu tindakan yang mengiringi munculnya perilaku.
3. **Context:** mengacu pada situasi yang akan memunculkan perilaku.
4. **Time (waktu):** yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau jangka waktu yang tidak terbatas.

5.5 TIPE-TIPE WIRAUSAHA

Sebelum membahas mengenai tipe-tipe kewirausahaan perlu dipahami bahwa secara konseptual, seorang wirausahawan dapat didefinisikan dari berbagai sudut pandang dan konteks sebagai berikut:

1. Bagi ahli ekonomi seorang entrepreneur adalah orang yang mengkombinasikan resources, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya, dan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi lainnya.
2. Bagi seorang psychologist seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.
3. Bagi seorang businessman atau wirausaha adalah merupakan ancaman, pesaing baru atau juga bisa seorang partner, pemasok, konsumen atau seorang yang bisa diajak kerjasama.
4. Bagi seorang pemodal melihat wirausaha adalah seorang yang menciptakan kesejahteraan buat orang lain, yang menemukan cara-cara baru untuk menggunakan resources, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas istilah entrepreneur mempunyai arti yang berbeda pada setiap orang karena mereka melihat konsep ini dari berbagai sudut pandang. Namun demikian ada beberapa aspek umum yang

terkandung dalam pengertian entrepreneur yaitu adanya unsur risiko, kreativitas, efisiensi, kebebasan dan imbalan.

Begitu pula pembahasan mengenai tipe-tipe kewirausahaan, ada banyak yang dikemukakan oleh para ahli sesuai dengan sudut pandang dan zamannya masing-masing sehingga memperkaya cara pandang dan pengetahuan mengenai tipe-tipe kewirausahaan. Berbagai tipe kewirausahaan tersebut dapat digunakan untuk mengidentifikasi tipe kewirausahaan mana yang sesuai dengan seseorang.

Menurut Suryana (2013) dewasa ini kewirausahaan digunakan dalam berbagai bidang. Dalam dunia pendidikan disebut “edupreneur”, yaitu istilah yang digunakan oleh para pendidik dalam mengembangkan kemampuan mendidik dan anak didiknya. Dalam dunia teknologi dikenal dengan “technopreneur”, yaitu istilah yang digunakan dalam dunia teknologi yang mengembangkan teknologi yang mengembangkan teknologi atau rekayasa teknologi secara kreatif dan inovatif.

Tiga tipe utama dari wirausaha, menurut Buchari Alma, yaitu :

1. Tipe Wirausaha Ahli (Craftman)

Wirausaha ahli atau seorang penemu memiliki suatu ide yang ingin mengembangkan proses produksi sistem produksi, dan sebagainya. Wirausaha ahli ini biasanya seseorang yang bekerja pada sebuah perusahaan besar kemudian memutuskan untuk keluar sebagai pegawai dan memulai bisnisnya sendiri.

2. Tipe Promoter

Tipe promoter adalah seorang individu yang tadinya mempunyai latar belakang pekerjaan sebagai sales atau bidang marketing yang kemudian mengembangkan perusahaan sendiri.

3. Tipe General Manager

General manager adalah seorang individu yang ideal yang secara sukses bekerja pada sebuah perusahaan, dia banyak menguasai keahlian bidang produksi, pemasaran, permodalan dan pengawasan.

Menurut Ciputra, terdapat empat kategori entrepreneur, yaitu sebagai berikut :

a. Business Entrepreneur

1. Owner entrepreneur, adalah para pencipta dan pemilik bisnis.
2. Professional entrepreneur, adalah orang-orang yang memiliki daya wirausaha namun mempraktikannya di perusahaan milik orang lain.

b. Government Entrepreneur

Seorang atau kelompok orang yang memimpin serta mengelola lembaga negara atau instansi pemerintahan dengan jiwa dan kecakapan wirausaha. Sebagai contoh adalah Lee Kuan Yew, mantan Perdana Menteri Singapura, ia adalah seorang pemimpin yang mengelola dan menumbuhkan Singapura dengan jiwa dan kecakapan wirausaha.

c. Social Entrepreneur

Yaitu para pendiri organisasi-organisasi sosial kelas dunia yang menghimpun dana masyarakat untuk melaksanakan tugas sosial yang mereka yakini.

d. Academic Entrepreneur

Ini menggambarkan akademisi yang mengajar atau mengelola lembaga pendidikan dengan pola dan gaya entrepreneur sambil tetap menjaga tujuan mulia pendidikan.

Tipe-tipe wirausaha masa kini dalam Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa:

1. **Wirausaha sosial (*socialpreneur*)** adalah seorang yang berusaha dalam aktivitas kewirausahaan dengan memiliki tujuan utama untuk menyelesaikan permasalahan sosial dan lingkungan hidup dengan memberdayakan komunitas melalui kegiatan yang bernilai ekonomi. Kewirausahaan sosial diawali dengan keprihatinan terhadap keadaan sosial yang berujung menjadi sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Hasil yang ingin

dicapai bukan keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat. Mereka seperti seseorang yang sedang menabung dalam jangka panjang karena usaha mereka memerlukan waktu dan proses yang lama untuk dapat terlihat hasilnya.

Kewirausahaan sosial merupakan kombinasi dari semangat besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi dan keteguhan seperti yang lazim ditemukan di dunia bisnis. Kewirausahaan sosial menggunakan sikap mental wirausaha demi tujuan-tujuan sosial. Kewirausahaan sosial menjadi fenomena sangat menarik saat ini karena berbeda dengan wirausaha tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan (Drucker, 1985).

2. **Intrapreneur** adalah karakter wirausaha yang dimiliki oleh pekerja/karyawan dalam sebuah perusahaan. Berbeda dengan wirausaha, mereka bukanlah pemilik usaha melainkan pekerja kreatif dan inovatif yang selalu memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Mereka bisa sebagai eksekutif atau karyawan biasa, namun karena karakternya yang berbeda, mereka seharusnya dihargai dengan baik oleh perusahaan, serta memperoleh pengakuan dari orang-orang di sekelilingnya. Karyawan tipikal intrapreneur menjadi kebutuhan semua perusahaan di masa krisis, karena krisis selalu membawa ketidakpastian sehingga perusahaan membutuhkan orang-orang yang mandiri, optimis, berpikir kreatif dan tidak mudah pasrah dengan keadaan. Ditangan para intrapreneur, perusahaan dapat mengarungi gelombang ketidakpastian. Melihat karakter yang dimilikinya, seorang intrapreneur jelas bukanlah sekadar karyawan yang bekerja dengan rutinitas. Ia hadir dan memiliki keberanian untuk menantang hal-hal yang biasa, berkarakter unik, didasari dengan niat yang kuat, melakukan temuan baru, memelihara pertumbuhan dan menjaga agar perusahaan tetap baik di mata pelanggan, dan tentu saja menyiapkan

para penerusnya untuk membawa perusahaan mencapai puncak kejayaan. Princhott (1985) mendefinisikan intrapreneur sebagai seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas serta mentransformasi suatu mimpi atau gagasan/ide menjadi usaha yang menguntungkan untuk dioperasikan dalam lingkup perusahaan.

3. **Technopreneurship** merupakan gabungan dua kata, yaitu 'teknologi' dan 'enterpreneurship'. Teknologi adalah sesuatu yang digunakan untuk menuju pada penerapan praktis sains ke dunia bisnis dan sebagai pencipta alat-alat, untuk mengembangkan kemampuan dan pemanfaatan materi guna memecahkan permasalahan yang ada. Kata "Entrepreneurship" berasal dari kata entrepreneur yang menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai tujuan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada (Zimmerer dkk., 2008). Jika kedua kata di atas digabungkan, kata teknologi mulai mengalami penyempitan arti, karena teknologi dalam 'technopreneurship' mengacu pada IT, yaitu penggunaan komputer sebagai alat untuk memproses.

Sebagai wirausaha, peluang akan dengan mudah dimanfaatkan seorang entrepreneur untuk membuat usaha baru dengan potensi profit yang besar. Entrepreneur dapat dengan mudah menganalisis permintaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, bahkan dalam kondisi buruk seperti bencana dan kelangkaan. Jenis usaha yang digeluti entrepreneur dapat merupakan penciptaan usaha baru maupun membeli usaha yang telah lama berdiri.

Ada empat aspek dasar dari *technopreneurship* yaitu :

1. Technopreneurship adalah proses penciptaan suatu bisnis dengan menggunakan media teknologi, terutama teknologi informasi atau information technology (IT).
2. Technopreneurship memerlukan waktu dan daya.

3. Adanya penilaian terhadap risiko. Jenis risiko bermacam-macam tetapi umumnya dalam bentuk keuangan, fisik, dan sosial.
4. Penghargaan bagi entrepreneurship. Penghargaan dapat berupa kebebasan, kepuasan pribadi, maupun uang.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alma, Buchari. 2013. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Ciputra, 2008. Entrepreneurship Mengubah Masa Depan Bangsa, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Herlinawati, Erna, Sumawidjaja, Riandi Nur, & Machmud, Amir. 2018. Teori & Implementasi Kewirausahaan UMKM. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari
- Suryana, 2013. KEWIRAUSAHAAN: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat
- Zimmerer, T.W., Scarborough, M., & Wilson, D., 2008. Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.

Sumber Lainnya:

- Kelebihan dan Kekurangan Usaha Kecil Menengah.
<https://blog.mokapos.com/2015/06/10/kelebihan-dan-kekurangan-usaha-kecil-menengah> (diakses 20 Maret 2020).
- eBook Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa, Pusat Kewirausahaan Universitas Negeri Makassar