

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini membahas pengertian dasar *entrepreneur* dan *entrepreneurship*, serta kategorisasi dari *entrepreneurship*. Lebih lanjut, penulis memaparkan teori dan model yang berkaitan dengan peran *entrepreneurship* dalam pembangunan perekonomian. Model yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Model *Entrepreneurship Capital* yang akan diperkenalkan pada subbab 2.5.

2.1 Pengertian Dasar *Entrepreneurship*

Pembahasan mengenai pengertian *entrepreneurship* ini tidak terfokus pada pengertian etimologis semata, melainkan bertujuan agar penelitian ini semakin kaya akan pengetahuan mengenai dasar-dasar *entrepreneurship*, seperti: segala istilah dan akar kata yang terkait, beberapa sudut pandang mengenai entrepreneur dan *entrepreneurship*, kategorisasi *entrepreneurship*, serta karakteristik perusahaan yang baru tumbuh (*start-up companies*).

2.1.1 Pengertian Etimologis

Secara mendasar, kata *entrepreneur*, *entrepreneurship*, dan *enterprise* diturunkan dari Bahasa Perancis '*entreprendre*', yang mana telah digunakan pada awal abad ke-12, yang memiliki konotasi '*to do something*'. Lebih lanjut dikatakan bahwa pada abad ke-15, kata *entrepreneur* diasosiasikan sebagai 'seorang pribadi yang secara aktif menyelesaikan berbagai macam pekerjaan' (Wennekers, 2006).

Kata '*entrepreneur*' dalam Bahasa Inggris modern menunjuk kepada pendiri sebuah bisnis atau pemilik sebuah perusahaan inovatif. Makna tersebut dapat dijelaskan ke dalam dua hal. Pertama, *entrepreneurship* merupakan aktivitas mendirikan sebuah usaha/bisnis baru untuk mengejar suatu peluang (*opportunity*), sehingga dalam artian tersebut, entrepreneur dipandang sebagai inovator atau *pioneer*. Kedua, *entrepreneurship* adalah aktivitas dari seseorang yang memimpin, mengelola, mengambil resiko, dan sekaligus menjadi pemilik dari sebuah usaha atau sering disebut sebagai *owner-manager*.

Kata dalam Bahasa Inggris yang ekuivalen dengan *entrepren dre* adalah '*undertaker*', dan terkadang '*adventurer*'. Kata '*undertaker*' ini digunakan seiring waktu dengan penggunaan bahasa Perancis '*entrepreneur*'. Dalam Bahasa Italia, *entrepreneur* disebut sebagai '*imprenditore*' dan kata *enterprise* adalah '*impresa*', karena yang maraca pada waktu itu adalah entrepreneur yang mengorganisir opera (*impresario*), dan menanggung resiko dari kegagalan pertunjukan opera tersebut. Kata benda dalam Bahasa Belanda '*ondernemer*' mengacu kepada seseorang yang mengambil alih sebuah pekerjaan yang sulit atas nama dirinya sendiri. Pengertian yang kedua adalah seseorang yang bekerja secara independen dan menanggung sendiri resikonya. Kata dalam Bahasa Belanda tersebut ekuivalen dengan kata dalam Bahasa Jerman, yakni '*unternehmer*'.

Tabel 2.1 memperbandingkan akar kata *entrepreneur* dan *entrepreneurship* secara ekuivalen dalam lima bahasa Indo-Eropa.

Tabel 2.1
Ekuivalensi Kata "Entrepreneurship" dalam Bahasa Indo-Eropa

Inggris	Perancis	Italia	Jerman	Belanda
to undertake	entrepren dre	Intraprendere	unternehmen	ondernemen
Entrepreneur	entrepreneur	Imprenditore	Unternehmer	ondernemer
enterprise, undertaking	entreprise	Impresa	Unternehmen, Unternehmung	onderneming
Enterprising	entreprenant	Intraprendente	unternehmend	ondernemend
entrepreneurship	entrepreneriat	Imprenditoria, imprenditorialita	Unternehmertum	ondernemerschap

Sumber: Wennekers (2006)

Dalam khasanah Bahasa Indonesia, *entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kewirausahaan, dan kata *entrepreneur* diterjemahkan sebagai wirausaha atau wiraswasta, yakni seseorang yang bekerja untuk bisnis miliknya sendiri. Arti ini ekuivalen dengan pengertian *entrepreneur* sebagai *owner-manager*, yakni seseorang yang mengelola bisnis yang dimilikinya.

“*Entrepreneurs are alert individuals who perceive and exploit profit opportunities*”. Demikianlah pengertian yang dipaparkan oleh Global Entrepreneurship Monitor (GEM), sebuah penelitian yang digagas oleh Babson College dan London Business School sejak tahun 2002. Dalam pengertian tersebut, *entrepreneur* dipandang sebagai individu, memiliki perhatian atau *awareness* sehingga mampu mengidentifikasi peluang usaha, dan usaha mereka tersebut diarahkan kepada keuntungan ekonomi (*profit*).

2.1.2 *Behavioral dan Occupational Entrepreneurship*

Dari sudut pandang tingkah laku (*behavior*), *entrepreneurship* dapat didefinisikan sebagai gabungan dari ‘penciptaan peluang ekonomi baru’ dan ‘pengambilan keputusan dalam suatu pekerjaan serta bagaimana proses penggunaan sumber daya yang ada’ (Wennekers dan Thurik, 1999). Dalam pengertian tersebut, pengambilan keputusan adalah suatu hal yang vital, namun penekanan kata *entrepreneurship* itu sendiri terdapat pada kata oportunitas/peluang (*opportunities*). Peluang adalah hal yang lebih tepat disandingkan pada *entrepreneurship*, sedangkan proses pengambilan keputusan lebih mengarah kepada proses pengelolaan usaha atau disebut sebagai manajemen.

Entrepreneur berupaya menorehkan inovasi dan ide bisnis baru dengan menawarkan barang atau jasa yang baru maupun unik ke pasar. Tidak hanya barang atau jasa, inovasi juga dapat dilakukan melalui cara berproduksi yang baru atau proses penetapan harga (*pricing*) yang baru. Produk atau teknologi yang baru yang diperkenalkan kepada pasar sebagai contoh adalah Mcintosh milik **Apple Computer** yang pada tahun 1983 diluncurkan oleh pendirinya, Steve Jobs dan Steve Wozniak (Cruikshank, 2008). Adapun proses *pricing* yang inovatif dilakukan oleh banyak perusahaan teknologi informasi (*information technology*) dewasa ini. Sebagai contoh, **Google**, situs *search engine* terbesar di dunia, tidak menagih pembayaran atas jasa utamanya. Pendapatan terbesar berasal dari jasa sampingan, yaitu *Ads by Google*, iklan di internet yang dikelola oleh **Google** dengan konsep *pay per click*, yakni dibayarkan oleh pengiklan sejumlah iklan tersebut diklik oleh pengguna internet.

Dalam penelitian Global Entrepreneurship Monitor, *entrepreneur* yang inovatif (*innovative entrepreneurs*) adalah pihak yang menjadi penghubung antara *entrepreneurship* dan pertumbuhan ekonomi. Sebuah produk bisnis dapat disebut inovatif bila dipandang sebagai sesuatu yang baru oleh konsumen, tidak memiliki kompetitor langsung, dan menggunakan sebuah teknologi atau proses yang baru maupun unik dalam memproduksi. (GEM 2005).

Dari sudut pandang *occupational* atau berkaitan dengan profesi, *entrepreneur* adalah seseorang yang bekerja untuk dirinya sendiri dan menanggung resikonya sendiri. Pengertian ini sangat dekat dengan pengertian *entrepreneur* sebagai seorang *self-employee* dan *owner-manager*.

2.1.3 Pengertian Statis dan Dinamis

Entrepreneurship dapat diartikan sebagai *business ownership*, yakni kepemilikan seseorang atas perusahaan yang sifatnya *self-employment* atau usaha kecil dan menengah. Pengertian ini cukup bias, oleh karena terdapat pula investor pasif, yakni penanam modal yang tidak berperan sebagai *entrepreneur* pun dapat masuk ke dalam kategori pemilik bisnis. Akan tetapi, pengertian ini, yang kemudian kita sebut sebagai pengertian statis atau *static definition of entrepreneurship*, telah menjadi standar pada beberapa penelitian ilmiah internasional (Kokkinou, 2005). Dalam praktik perhitungannya, *entrepreneurship rate* dijabarkan sebagai *business ownership per workforce*, atau berapakah proporsi jumlah pemilik bisnis terhadap total jumlah tenaga kerja yang terdapat di suatu negara atau suatu kawasan regional (Audretsch dan Thurik, 2004).

Entrepreneurship dalam sudut pandang dinamis diartikan sebagai proporsi jumlah perusahaan baru (*start-up companies*) terhadap seluruh jumlah perusahaan. Adapun perhitungan *start-up* tersebut diukur sebagai pertumbuhan bersih atau *net start-up rate*, yakni jumlah perusahaan yang lahir dikurangi jumlah perusahaan yang keluar dari pasar atau industri, dibagi dengan total jumlah perusahaan (Wennekers, 2006). Global Entrepreneurship Monitor, menentukan indikator dinamis yang disebut sebagai *early-stage entrepreneurial activity* berdasarkan sistem perhitungan Reynolds (2005). Index tersebut yang dikenal dengan *Total early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA), yakni proporsi

penduduk usia kerja yang mengoperasikan perusahaan berusia kurang dari 42 bulan terhadap total penduduk usia kerja.

Kelemahan dalam menggunakan pengertian statis, dapat dijelaskan melalui contoh berikut. Menurut data COMPENDIA, dalam 3 dekade terakhir, Amerika Serikat memiliki tingkat *self-employment* yang lebih rendah daripada rata-rata negara OECD, meskipun secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi Amerika Serikat adalah perekonomian yang ditopang oleh *entrepreneurship* dan inovasi. Dihitung dari tingkat pertumbuhan usaha baru, Amerika Serikat memiliki *start-up rate* yang lebih tinggi daripada rata-rata negara OECD (GEM 2005). Hasil perhitungan secara dinamis tersebut menjelaskan mengapa banyak pihak yang mengatakan bahwa perekonomian Amerika Serikat ditopang oleh *entrepreneurship*. Contoh sederhana ini juga menunjukkan keterbatasan penggunaan indeks statis dalam melakukan estimasi pengaruh tingkat *entrepreneurship* terhadap perekonomian.

2.1.4 Kategori *Entrepreneurship* Berdasarkan Motivasi

Setiap penduduk yang memiliki kewajiban dalam mencari nafkah memiliki hak untuk memilih antara bekerja sebagai pegawai/tenaga kerja pada suatu perusahaan, maupun mendirikan usahanya sendiri (baik bekerja sendiri maupun membentuk suatu kelompok). Menurut Global Entrepreneurship Monitor, dari sudut pandang motivasi, seseorang memilih untuk membentuk dan menjalankan usahanya sendiri atas dasar:

1. Memulai usaha dalam rangka mengeksploitasi atau mengejar peluang yang dapat menghasilkan pendapatan maupun keuntungan di masa mendatang, disebut sebagai *opportunity entrepreneurship*.
2. Memulai usaha dikarenakan adanya faktor keterpaksaan, disebabkan tidak adanya pilihan lain yang lebih baik selain membangun usahanya sendiri, disebut sebagai *necessity entrepreneurship*.

Menurut Wagner (2005), seseorang dapat memutuskan untuk menjadi *entrepreneur* karena ia telah secara rasional menghitung bahwa dengan mendirikan usahanya sendiri ia akan memperoleh *discounted life-time utility* yang lebih tinggi daripada apabila ia bekerja pada sebuah perusahaan. *Discounted life-*

time utility adalah total utilitas seseorang di masa depan yang didiskontokan ke masa kini. Utilitas tersebut menyangkut aspek moneter (uang) dan non-moneter (aktualisasi diri, menyalurkan hobi, dan sebagainya). Perhitungan *opportunity cost* ternyata sangat berperan, yakni bahwa pendapatan, keuntungan, serta kesejahteraan apabila menjadi *entrepreneur* di masa depan harus lebih besar daripada total pendapatan dan kesejahteraan apabila menjadi seorang pekerja. Oleh karena itu, seseorang dapat menjadi *opportunity entrepreneur* ketika ia memiliki pilihan untuk bekerja pada suatu perusahaan maupun memilih untuk mendirikan perusahaannya sendiri. Seorang yang menjadi *necessity entrepreneur* berarti bahwa ia tidak memiliki *opportunity cost* yang berarti, karena memang ia tidak memiliki pilihan lain selain mendirikan usahanya sendiri (Audretsch, Carree, dan Thurik, 2002).

2.1.5 Tipe Perusahaan *Start-Up*

Perusahaan *start-up* adalah istilah yang lazim digunakan untuk mengacu kepada perusahaan yang didirikan oleh *entrepreneur*. Dalam rangka mengetahui tingkat inovasi dan pengambilan resiko yang dihasilkan oleh para *entrepreneur*, maka perlu dibahas pula tipe perusahaan seperti apa yang didirikan oleh mereka. Menurut Baringer (2007), perusahaan *start-up* dapat dikategorikan berdasarkan tipe usahanya, yakni:

1. *Salary-substitute firm*

Adalah perusahaan yang didirikan dengan tujuan mencari penghidupan yang diperkirakan tingkatnya setara dengan gaji apabila *entrepreneur* bekerja pada perusahaan. Contohnya adalah para pedagang alat-alat elektronik dan pengusaha restoran kecil, yang menikmati laba sebagai penghasilan di mana besar laba yang mereka peroleh tersebut kurang lebih sama dengan gaji level eksekutif.

2. *Lifestyle firm*

Adalah perusahaan yang didirikan berdasarkan hobi atau kegemaran tertentu yang dimiliki seseorang kemudian diimplementasikan dalam sebuah usaha. Contoh usaha tipe ini adalah perusahaan *florist*, salon kecantikan, dan bengkel modifikasi mobil.

3. *Entrepreneurial firm*

Adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi, yakni produk atau jasa yang baru, cara berproduksi yang baru, *pricing* yang inovatif, maupun inovasi dalam model bisnisnya. Perusahaan dengan konsep *franchise* seperti **McDonald's** mungkin adalah hal yang biasa di masa sekarang, namun pada saat Ray Kroc menyusun konsep tersebut berpuluh-puluh tahun yang lalu, konsep tersebut sangatlah inovatif (Maxwell, 1998). Saat ini, contoh perusahaan yang *entrepreneurial* adalah perusahaan energi alternatif, produsen *software*, industri kreatif seperti desainer grafis, maupun sekedar distributor teh yang mampu mengemas teh biasa menjadi teh yang eksklusif dan mahal seperti **Twinnings**. Ciri khas yang dimiliki perusahaan-perusahaan *entrepreneurial* tersebut adalah bahwa mereka menjalankan usaha untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) yang tinggi melalui proses inovasi dan pengambilan resiko.

2.2 *Entrepreneurship* dan Perekonomian Nasional

Perekonomian suatu negara tidak dapat dilepaskan dari interaksi ekonomi yang ada dalam wilayah negara tersebut. Pada berbagai teori dipaparkan bahwa penciptaan lapangan kerja, inovasi, proses penciptaan produk maupun cara berproduksi baru akan meningkatkan output perekonomian nasional. Pada perekonomian dengan paradigma perekonomian manajerial (*managed economy*), proses inovasi diyakini lebih banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar yang telah established. Akan tetapi, terdapat pula pandangan yang menyatakan bahwa para *entrepreneurship* yang tercermin dalam pengelolaan dan kepemilikan atas perusahaan kecil-menengah, merupakan faktor yang mampu menjelaskan pertumbuhan output ekonomi secara tepat, di luar faktor modal dan tenaga kerja.

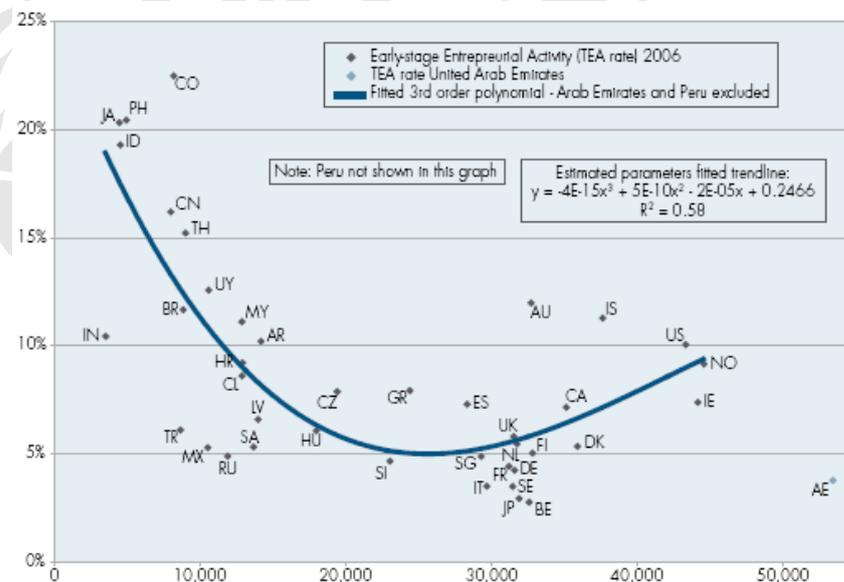
2.2.1 Hubungan Antara *Entrepreneurship* dengan Pendapatan Per Kapita

Pada penelitian Global Entrepreneurship Monitor 2006 yang melibatkan 42 negara termasuk Indonesia, terbukti bahwa tingkat *entrepreneurship* berbanding terbalik dengan tingkat PDB per kapitanya, namun bentuk kurvanya menyerupai bentuk huruf "U". Artinya, pada negara dengan PDB per kapita

rendah, tingkat *entrepreneurship* tinggi (contoh: Indonesia, Filipina, Peru, dan Kolombia). Tingkat kegiatan *entrepreneurship* akan berkurang pada negara yang berpendapatan menengah-tinggi (contoh: Jepang dan Uni Eropa). Pada negara-negara tersebut, jaminan sosial tenaga kerja sangat baik, sehingga lebih aman untuk bekerja sebagai pegawai. Faktor lain adalah pada negara-negara tersebut pajak relatif tinggi. Pajak yang tinggi menurunkan minat untuk mendirikan perusahaan, meskipun hal tersebut terkompensasi pada kualitas pelayanan publik yang baik. Ketika PDB per kapita berada pada tingkat yang lebih tinggi lagi, maka tingkat *entrepreneurship* akan tinggi kembali (contoh: Amerika Serikat dan Norwegia).

Sehubungan dengan teori tersebut, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2006 telah mampu menjelaskan kaitan antara *entrepreneurship* dengan PDB per kapita suatu negara. Adapun hasil penelitian tersebut termaktub dalam suatu rumusan dan bentuk kurva seperti terlihat dalam Gambar 2.1.

Gambar 2.1
Hubungan antara PDB per Kapita dengan *Entrepreneurship Activity*



Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2006

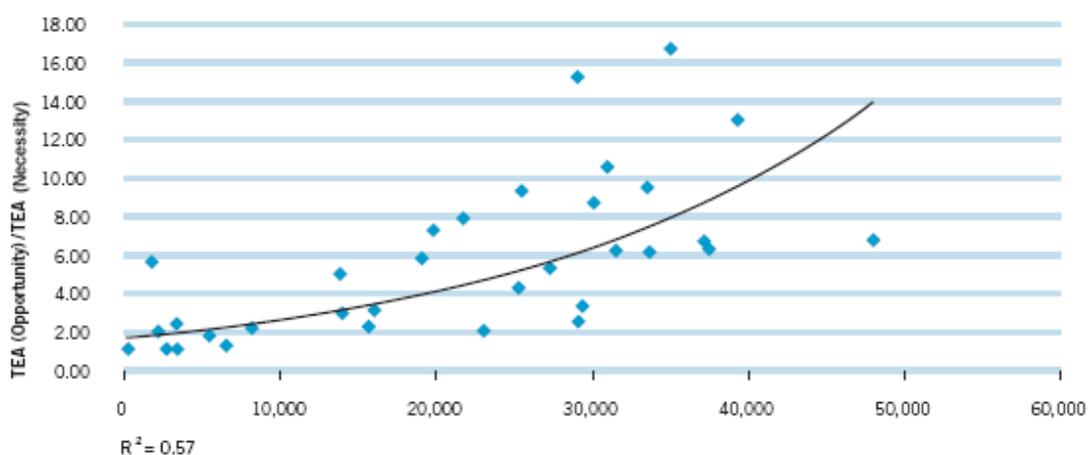
Negara-negara berkembang pada Gambar 2.1 dengan pendapatan per kapita rendah memiliki tingkat ternyata *entrepreneurship* yang tinggi, contohnya

Indonesia (ID), Filipina (PH), dan Kolombia (CO), serta Peru yang tidak tercantum dalam grafik (tingkat *entrepreneurship* Peru mencapai 40%). Ketika negara memasuki fase pendapatan menengah dan menengah tinggi, seperti Singapura (SG), Inggris (UK), Perancis (FR), Jerman (DE), dan Jepang (JP), maka *entrepreneurship* berada pada tingkat yang rendah. Adapun Amerika Serikat (US) dan Norwegia (NO) yang termasuk negara-negara dengan pendapatan per kapita tertinggi, maka tingkat *entrepreneurship* akan lebih tinggi daripada negara-negara berpendapatan menengah.

Berdasarkan motivasi, negara dengan tingkat PDB per kapita yang tinggi, akan didominasi oleh *entrepreneur* yang memulai usahanya atas dasar peluang (*opportunity*) dibandingkan atas dasar kebutuhan yang tidak terelakkan atau keterpaksaan (*necessity*). Pada Gambar 2.2 yang memaparkan hasil penelitian GEM 2004 yang melibatkan 34 negara, digambarkan dengan jelas bahwa rasio antara *opportunity entrepreneurs* terhadap *necessity entrepreneurs* akan lebih tinggi pada negara dengan PDB per kapita tinggi dibandingkan negara dengan PDB per kapita rendah. Jadi, seiring meningkatnya pendapatan nasional, persentase relatif *opportunity entrepreneurs* terhadap total *entrepreneurs* meningkat.

Gambar 2.2

Hubungan antara PDB per Kapita dan *Opportunity-Entrepreneurship*



Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2004

Dalam pembahasan mengenai hubungan antara *entrepreneurship* dan perekonomian nasional, secara umum dapat dikatakan bahwa pada negara dengan pendapatan per kapita rendah, tingkat *entrepreneurship* tinggi. Hal ini disebabkan banyak orang yang tidak terserap dalam pasar kerja, sehingga harus berusaha sendiri. Para wirausahawan ini disebut sebagai *necessity entrepreneurs*. Pada negara yang berpendapatan tinggi, para *entrepreneur* tersebut memang memilih untuk menjadi *entrepreneur* karena mereka percaya adanya peluang untuk mencapai kemakmuran yang lebih baik apabila dibandingkan menjadi tenaga kerja (*employee*) pada suatu perusahaan atau pemerintah.

2.2.2 Hubungan Antara *Entrepreneurship* dengan Tingkat Pengangguran

Pengangguran merupakan salah satu indikator perekonomian yang sangat penting. Adapun keterkaitan antara pengangguran dan *entrepreneurship* memiliki ambiguitas. Di satu sisi, teori sederhana mengenai bagaimana seseorang memilih peluang menyatakan bahwa meningkatnya pengangguran akan meningkatkan aktivitas pendirian usaha baru (*start-up activity*). Teori ini berdasarkan pemahaman bahwa sebagai penganggur, *opportunity cost* untuk mendirikan perusahaan menjadi lebih rendah. Di sisi lain, para penganggur biasanya adalah individu-individu yang memiliki *human capital* rendah serta kemampuan *entrepreneurship* yang rendah pula, yang menyatakan bahwa tingkat pengangguran yang tinggi terkait dengan rendahnya aktivitas pendirian perusahaan. Tingkat *entrepreneurship* yang rendah juga dapat saja merupakan konsekuensi pertumbuhan ekonomi yang rendah, yang turut pula merefleksikan tingkat pengangguran tinggi (Audretsch dan Thurik, 2000).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat pengangguran memiliki hubungan dengan semakin banyaknya aktivitas *start-up*. Artinya, pengangguran cenderung meningkatkan aktivitas pendirian perusahaan baru. Akan tetapi, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang berlawanan, yakni *entrepreneurship* dan pengangguran memiliki hubungan yang terbalik. Adapun Carree (2002) menemukan bahwa keduanya tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Audretsch dan Thurik (2000) membuktikan bahwa meningkatnya jumlah *entrepreneur* mampu mengurangi pengangguran. Pengaruh *entrepreneurship* dalam menciptakan lapangan pekerjaan disebut sebagai “*Schumpeter effect*”, yakni pengaruh positif yang ditimbulkan oleh *entrepreneurship* terhadap ketenagakerjaan. Akan tetapi, di sisi lain, perusahaan *start-up* memiliki banyak kendala, di mana banyak perusahaan yang gagal dalam usia kurang dari 2 tahun semenjak berdirinya (Barringer, 2007). Hal ini menjadi dasar untuk mempertentangkan keyakinan atas “*Schumpeter effect*” tersebut. Dengan kata lain, karena fakta menunjukkan bahwa perusahaan *start-up* banyak yang gagal di usia yang relatif pendek, maka ada beberapa pihak yang menyatakan bahwa *entrepreneurship* tidak berpengaruh secara signifikan dalam mengurangi pengangguran.

Pada penelitian empirisnya, Audretsch, Carree, dan Thurik (2001) memaparkan hipotesis mereka dalam bentuk model untuk mengestimasi pengaruh kedua variabel tersebut: *entrepreneurship* dan pengangguran. Hipotesis yang pertama yakni bahwa peningkatan aktifitas *entrepreneurship* akan mengurangi pengangguran secara signifikan dan sebaliknya peningkatan jumlah pengangguran akan meningkatkan aktifitas *entrepreneurship* secara signifikan. Untuk menguji hipotesis pertama, maka persamaan yang disusun adalah sebagai berikut:

$$U_{it} - U_{i,t-L} = \alpha + \beta (E_{i,t-L} - E_{i,t-2L}) + \gamma (U_{i,t-L} - U_{i,t-2L}) + \varepsilon_{1it} \quad (2.1)$$

di mana i adalah indeks negara, L adalah periode dalam satuan tahun, dan koefisien γ diharapkan negatif.

Hipotesis kedua adalah bahwa meningkatnya aktifitas *entrepreneurship* terkait dengan meningkatnya pengangguran. Hipotesis tersebut disusun ke dalam model kedua, yang disusun sebagai berikut:

$$E_{it} - EU_{i,t-L} = \kappa + \lambda (U_{i,t-L} - U_{i,t-2L}) + \mu (E_{i,t-L} - E_{i,t-2L}) + \varepsilon_{2it} \quad (2.2)$$

di mana koefisien λ diharapkan positif.

Dalam kedua persamaan tersebut, variabel disusun dalam versi *lagged* dalam rangka mengukur hubungan kausalitas sebab-akibat secara bergantian, dan hubungan kausalitas suatu variabel terhadap variabel itu sendiri (*vector autoregression*).

Penelitian empiris Audretsch, Carree, dan Thurik (2001) tersebut mengambil sampel data 23 negara OECD. Hasil yang dicapai adalah bahwa pertumbuhan *entrepreneur* berpengaruh negatif terhadap pengangguran, yang berarti bahwa *entrepreneurship* mampu mengurangi pengangguran (disebut sebagai "*Schumpeter effect*"), dan di sisi lain meningkatnya jumlah pengangguran turut pula meningkatkan aktivitas *entrepreneurship* (disebut sebagai "*refugee effect*" atau "*shopkeeper effect*").

2.3 Paradigma *Entrepreneurship*

Para ekonom tentu memiliki pandangan yang berbeda atas faktor-faktor yang menjadi penentu pertumbuhan ekonomi. Dalam teori-teori yang lazim ditemukan, peran *entrepreneurship* sepertinya mendapat tempat yang tidak terlalu diperhatikan. Bergerak dari dasar tersebut, maka beberapa ekonom yang menyebut pandangan mereka sebagai *entrepreneurial economy*, percaya bahwa *entrepreneurship* adalah faktor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Proses kreasi sangat diperlukan dalam rangka mengkombinasikan berbagai input sehingga mampu menjadi keuntungan ekonomis (*profit*). Atas hal ini dapat dikatakan bahwa lingkungan ekonomi yang mampu mendorong *entrepreneurship* menjadi determinan yang sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi (Audretsch dan Thurik, 2004).

2.3.1 *Managed Economy* dan *Entrepreneurial Economy*

Faktor yang terpenting dalam paradigma lama adalah bahwa *competitive advantage* dapat dicapai apabila terjadi skala produksi massal, yang bersumber dari penggunaan modal (*capital*) dan tenaga kerja (*labor*). Kedua faktor produksi tersebut bersumber dari teori Solow. Implikasi dari pandangan ini adalah tulang punggung perekonomian berada pada perusahaan-perusahaan besar yang sudah *established*. Perusahaan yang baru berdiri maupun perusahaan skala kecil dan

menengah luput dari perhatian para ahli ekonomi. Dalam paradigma lama yang juga disebut sebagai '*managed economy*' ini, yang antara lain didukung oleh Brown dan Medoff (1989), perusahaan yang baru berdiri maupun perusahaan skala kecil-menengah dipandang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Tidak efisien dalam memproduksi apabila dibandingkan dengan perusahaan dengan skala besar
2. Upah pekerja rendah
3. Keterlibatan dalam penelitian dan pengembangan (*R&D*) yang tidak signifikan
4. Tidak terlalu penting dalam perekonomian negara maju.

Di sisi lain, Audretsch dan Thurik (2004) berargumentasi bahwa *entrepreneurship* sangat penting untuk meningkatkan output perekonomian. Dengan adanya bisnis-bisnis baru dengan skala yang kecil dan menengah, maka banyak inovasi yang turut dihasilkan, serta terjadi proses *knowledge spillover* yang lebih cepat. Skala produksi besar-besaran bukan lagi menjadi hal yang diagung-agungkan, dan perusahaan kecil-menengah saat ini memiliki kesempatan untuk berkembang pesat, disebabkan beberapa faktor berikut ini:

1. Teknologi telah berkembang pesat sehingga skala produksi yang diperlukan untuk mencapai skala ekonomis dapat lebih rendah daripada sebelumnya
2. Target pasar yang spesifik (*niche market*) yang dicirikan dengan lebih dapat digarap oleh perusahaan yang masih muda maupun masih berada dalam skala yang justru tidak terlalu besar.

Dalam pandangan '*entrepreneurial economy*', perbedaan *knowledge* dalam proses produksi ekonomis tidak hanya ditentukan oleh faktor produksi tradisional (*capital* dan *labor*) untuk memproduksi barang bagi konsumen. Pada kenyataannya *entrepreneurship* mengambil peranan yang sangat penting dalam rangka penyebaran *knowledge* sehingga berdampak positif pada performa ekonomi. Karakteristik *entrepreneurial economy* (pada tingkat regional atau nasional) adalah tingginya tingkat inovasi yang dikombinasikan dengan tingginya tingkat penciptaan perusahaan baru (Glancey dan Mcquaid, 2000).

2.3.2 Schumpeter dan *Austrian School*

Pemikiran utama mengenai *entrepreneurship* terbagi ke dalam dua kelompok besar yang saling melengkapi. Pertama adalah pandangan Schumpeterian, yang dipelopori oleh Joseph Schumpeter pada tahun 1934, yang kedua adalah *Chicago School* (Knight dan Schultz), serta yang ketiga adalah neo-Austria. Pandangan mereka menunjuk kepada aspek yang berbeda mengenai fungsi *entrepreneur*. Pada pemikiran Schumpeterian, dasar pemikiran ekonom adalah bahwa *entrepreneur* sebagai pencipta instabilitas dan *creative destruction*, Entrepreneur (dan perusahaan yang didirikannya) mengubah kompetisi dalam suatu industri, melalui produk baru maupun cara berproduksi yang baru. Hal inilah yang disebut sebagai *creative destruction*.

Para ekonom *Austrian School* berfokus kepada kemampuan *entrepreneur* dalam melihat peluang untuk memperoleh keuntungan. Mengacu kepada pandangan ini, *entrepreneur* berperan sebagai pihak yang memadukan berbagai sumber daya ekonomi untuk memenuhi kebutuhan pasar, ketika pasar tersebut mengalami inefisiensi dan kekurangan pasokan. Inti dari pendekatan pandangan ekonom Austria adalah bahwa pemikiran mikroekonomi neoklasik dengan dasar utama *general equilibrium*, gagal menyusun kerangka kerja untuk menjelaskan fenomena ekonomi pasar (Rosen, 1997). Ekonom ini memiliki pandangan bahwa pasar adalah sebuah proses yang didorong secara *entrepreneurial*. *Entrepreneur* memiliki peran yang krusial di dalam pasar, karena keberanian dan kesediaan mereka dalam mengambil resiko ketika mereka melihat dan mengejar peluang ekonomi.

2.3.3 *New Regionalism*

Perekonomian dapat lebih maju disebabkan oleh dukungan budaya inovasi dan *entrepreneurial*. Pendapat ini diperdalam pada dimensi regional, di mana beberapa literatur dalam ilmu ekonomi regional menyebutkan faktor non-ekonomis juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi. Salah satu faktor tersebut adalah budaya *entrepreneurship* (*entrepreneurial culture*). Cukup banyak literatur yang membahas faktor non-ekonomi tersebut, dan pandangan ini disebut sebagai "*New Regionalism*". Pandangan ini di antaranya membahas mengenai distrik

industri, lingkungan yang inovatif, *social capital*, dan kluster industri. Setiap teori tersebut menekankan pentingnya faktor-faktor non-ekonomi dalam pertumbuhan regional (Keating *et al.*, 2003).

Pembahasan *entrepreneurship* dalam kaitannya dengan ekonomi regional juga berkaitan dengan topik-topik seperti ‘kapasitas inovasi regional’ (Lawson dan Lorenz, 1999), ‘kemampuan *entrepreneurial*’ (Kangasharju, 2000), ‘modal manusia yang *entrepreneurial*’ (Georgellis and Wall, 2000), ‘iklim *entrepreneurial*’ (Malecki, 1994) dan ‘budaya inovasi regional’ (Thomas, 2000; Venkataraman, 2004). Para penulis tersebut berpendapat bahwa kondisi sosial memainkan peranan yang sangat penting dalam terciptanya inovasi dan bagaimana proses inovasi tersebut mendukung pertumbuhan ekonomi. Budaya *entrepreneurship* dipandang sebagai suatu elemen penting dalam membentuk kluster industri regional yang berhasil, dan tentu pada akhirnya mendukung ekonomi regional (Wennekers and Thurik, 1999).

2.3.4 Corporate Entrepreneurship

Menurut Drucker (2001) *entrepreneurship* tidak dapat dipandang begitu saja sebagai *self-employment* dan *business ownership*, sebagaimana dalam pengertian yang pada umumnya diterima. Pada *entrepreneurship* harus terdapat inovasi yang nyata, dan inovasi tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pandangan ini memiliki sedikit kesamaan dengan pandangan *behavioral entrepreneurship*, di mana *entrepreneur* adalah seseorang yang mampu melihat peluang dan mampu melakukan inovasi. Definisi *entrepreneur* apabila dipandang dari sisi occupational sebagai *self-employee*, atau wirausahawan, dipertentangkan oleh Drucker (2006), di mana tidak semua, atau bahkan kebanyakan wirausahawan tidak memenuhi kriteria *entrepreneur*.

Inovasi dapat dilakukan melalui penelitian dan pengembangan sebuah perusahaan yang mapan dalam rangka menemukan produk dan cara berproduksi yang inovatif dan bahkan mampu membawa perubahan dalam pasar. Perusahaan juga memerlukan jiwa *entrepreneurship* dari para pegawai mereka, sehingga perusahaan tersebut dapat merealisasikan ide-ide segar dan terus berinovasi. Dalam inovasi tersebut, tentu perusahaan juga mengambil resiko, dikarenakan

produk atau cara berproduksi yang baru belum tentu diterima begitu saja oleh pasar. Proses ini kemudian kita kenal sebagai *corporate entrepreneurship*, yakni ketika suatu perusahaan yang sudah mapan mengambil langkah-langkah inovatif dan mengambil resiko dalam mengejar peluang bisnis (Baringer, 2007).

2.4 Entrepreneurship dan Knowledge-Based Economy

Knowledge-based economy mengandung pengertian suatu perekonomian yang menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam hal ini ilmu rekayasa teknik (*engineering*) dan ilmu manajemen, dalam rangka menghasilkan keuntungan ekonomis (Drucker, 1969). Bagian ini membahas bagaimana hubungan antara *entrepreneurship* dengan ilmu pengetahuan, *human capital*, inovasi, serta proses *knowledge spillover*. Para *entrepreneur* yang mampu memanfaatkan ilmu teknologi serta ilmu manajemen untuk mengelola usahanya dan menciptakan inovasi dapat disebut sebagai *knowledge-based entrepreneur*.

2.4.1 Entrepreneurship dan Ilmu Pengetahuan

Institusi pendidikan yang terus mengembangkan penelitian atas ilmu pengetahuan, dapat menemukan cara-cara baru maupun inovasi sebagai hasil dari proses penelitian yang mendalam dan terus-menerus. Hasil penelitian tersebut dapat terus dikembangkan menjadi komoditas bisnis yang menguntungkan. Tenaga kerja yang terlatih dan memiliki pengetahuan mutlak diperlukan untuk mentransfer bentuk ilmu pengetahuan tersebut ke dalam dunia usaha. Akan tetapi, banyak pihak yang tidak memperhitungkan peran para *entrepreneur*. Proses transfer ilmu pengetahuan dari penelitian akademis menjadi produk komersial adalah jasa para *entrepreneur*. Pengetahuan, sebagai sumber daya utama dalam menjalankan bisnis harus dikoordinasikan dan ketika organisasi bisnis (perusahaan) telah berdiri, maka usaha tersebut harus diintegrasikan dengan pengalaman dan kemampuan untuk mendapatkan konsep bisnis yang utuh, berdasarkan ilmu pengetahuan. Hal ini merupakan bagian dari *entrepreneurship* berbasis ilmu pengetahuan (Weng dan Ho, 2006).

Bagi para peneliti (*researcher*), terdapat dua pilihan, yakni mendirikan perusahaan di mana si peneliti bertindak sebagai *entrepreneur* dan bekerja pada

perusahaan besar yang telah berdiri dengan staf *R&D* yang terspesialisasi. Keduanya berkompetisi dalam hal sumber daya manusia untuk merealisasikan transfer ilmu pengetahuan tersebut. Proses komersialisasi pengetahuan terjadi ketika peneliti membentuk sebuah perusahaan atau menjadi karyawan di perusahaan besar. Dalam konteks ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dalam bingkai persaingan global, kemampuan dan praktik *entrepreneurship* sangat penting dibandingkan dengan kemampuan lainnya. Oleh sebab itu, *entrepreneurship* semestinya dipelajari di universitas.

Galloway, *et.al* (2005) menyelidiki apakah penambahan pelajaran *entrepreneurship* akan mengubah jumlah dan kualitas para sarjana bisnis di masa depan. Pendidikan *entrepreneurship* diharapkan memiliki dampak terhadap para sarjana di masa depan. Akan tetapi, penelitian tersebut menunjukkan bahwa hal itu akan terjadi pada *long-term* dan bukan *short-term*. Dengan adanya pendidikan maupun kurikulum tentang *entrepreneurship* pun, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka baru akan mendirikan usaha setelah lebih dari 10 tahun setelah lulus. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada kemungkinan pendidikan yang ada saat ini tidak dapat memenuhi kebutuhan di masa depan bila metode pengajaran tidak memiliki perhatian yang serius terhadap pembangunan kemampuan dan minat *entrepreneurship* para calon sarjana.

2.4.2 Pengaruh *Human Capital* terhadap *Entrepreneurship*

Pada penelitian terdahulu, tingkat *human capital* dihitung berdasarkan perhitungan yang sederhana, yakni tingkat melek huruf (Romer, 1989). Dengan demikian, pertumbuhan modal manusia dihitung dari pertumbuhan penduduk yang melek huruf (*literacy*). Variabel tersebut tidak berpengaruh dan tidak serta merta langsung menjelaskan pertumbuhan ekonomi, akan tetapi variabel ini dapat membantu menjelaskan tingkat investasi pada suatu negara. Suatu negara atau kawasan dengan penduduk yang memiliki kemampuan membaca tentu dapat menjadi tenaga kerja apabila dibandingkan dengan penduduk yang tidak bisa membaca, sehingga perusahaan akan memilih lokasi tersebut untuk dibangun.

Georgellis dan Wall (2000) membangun sebuah model atas *regional entrepreneurship* diukur dari tingkat *self-employment* pada suatu wilayah. Adapun

faktor kondisi pasar tenaga kerja, karakteristik tenaga kerja, karakteristik industri, dan faktor spesifik dari setiap regional, mampu menjelaskan perbedaan tingkat *entrepreneurship* antar-regional. Kesimpulan yang sangat penting dari penelitian Georgellis dan Wall adalah bahwa *entrepreneurial human capital* berperan penting dalam menentukan mengapa sebuah wilayah dapat lebih memiliki budaya *entrepreneurship* dibandingkan wilayah lainnya.

Penelitian Zheng, Hu, dan Wang (2008) menemukan keterkaitan yang penting antara *entrepreneurship* dan *human capital* dalam model berikut ini:

$$ENTR = c_1 + c_2 HC + c_3 ETD + c_4 X + \varepsilon \quad (2.3)$$

Di mana

ENTR : tingkat *entrepreneurship*

HC : tingkat *human capital*

ETD : tingkat *R&D*

Penting untuk dipaparkan bahwa teknologi di suatu regional akan berkembang oleh karena tingkat *entrepreneurship* yang memadai. Melalui model teoretis di atas, permintaan atas *human capital* yang tinggi dan permintaan atas penelitian dan pengembangan (*R&D*), dapat menumbuhkan *entrepreneurship*, dalam hal ini *entrepreneurship* berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.

2.4.3 Peran *Human Capital* Dalam Biaya Produksi

Salah satu hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi biaya produksi dalam jangka panjang adalah dengan memproduksi secara massal untuk mendapatkan pengurangan biaya akibat dari keuntungan skala ekonomi (*economies of scales*). Dengan adanya keuntungan skala ekonomi maka output bisa bertambah sebesar dua kali lipat dengan tambahan biaya kurang dari dua kali lipat.

Selain melalui produksi secara massal, terdapat cara lain untuk menurunkan biaya produksi dalam jangka panjang. Yaitu dengan meningkatkan tingkat modal manusia para pekerja melalui proses belajar. Dengan adanya proses belajar menyebabkan terjadinya penurunan biaya tanpa harus melakukan

penambahan output produksi. Menurut Pyndick (2000), terdapat beberapa alasan mengapa hal ini dapat terjadi:

1. Seiring berjalannya waktu, terjadi proses adaptasi sehingga kecepatan pekerja dalam menyelesaikan kegiatan produksi meningkat
2. *Human capital* yang tinggi akan menciptakan manajer yang handal yang dapat mengatur proses produksi agar lebih efisien
3. Ahli mekanik memiliki pengalaman yang cukup dalam hal rancang-bangun produksi, sehingga mengurangi biaya tanpa meningkatkan kerusakan barang (*defects*).
4. Adanya proses belajar dari penyedia bahan baku sehingga menyebabkan harga barang input juga menjadi lebih murah.

2.4.4 Proses Inovasi dan Imitasi

Model yang dikembangkan oleh Weng dan Ho (2006) menekankan pentingnya tenaga kerja yang terampil (*skilled workers*) sebagai input yang penting dalam proses pengembangan teknologi (*technological advancement*), akan tetapi elemen yang lebih penting adalah entrepreneur, sebagai otak dari proses pengembangan teknologi tersebut. Penelitian ini mengambil suatu pendekatan baru dengan memasukkan unsur *entrepreneur*, yang konsisten sejalan dengan literatur ekonomi sebagai pemimpin yang menentukan kegiatan penelitian dan pengembangan (*R&D*).

Secara khusus, penelitian ini juga membahas bagaimana sebuah negara mengubah paradigma dari paradigma teknologi yang sebagian besar merupakan imitasi luar negeri menjadi paradigma yang mementingkan pertumbuhan inovasi dalam negeri. Akan tetapi para *entrepreneur* harus meningkatkan kemampuan, agar timbal balik (*return on investment*) dari proses inovasi lebih besar daripada *return on investment* atas hasil mengimitasi teknologi yang telah ada.

Dalam kondisi yang ideal, sebuah perekonomian suatu negara akan terdiri dari campuran perusahaan-perusahaan yang berimitasi maupun berinovasi. Untuk mencapai inovasi, diperlukan proses penelitian dan pengembangan, dan untuk itu sangat diperlukan akumulasi sumber daya manusia terpelajar. Hal tersebut akan berdampak pada tingkat produktivitas perekonomian. Akan tetapi, ada juga

negara-negara yang sulit atau bahkan tidak mampu untuk meninggalkan struktur dunia usaha yang hanya bisa mengadopsi teknologi yang berasal dari luar negeri, apabila kondisi perekonomian tidak mendukung perusahaan dalam menjalankan proses inovasi (Weng dan Ho, 2006).

2.4.5 Knowledge Spillover

Entrepreneurship juga mampu menciptakan *knowledge spillover*. Hal ini disebabkan transfer ilmu pengetahuan dari lembaga pendidikan/akademik (terutama kampus) ke dalam proses produksi komersial hanya dapat terjadi apabila ada pihak-pihak yang mengembangkan ide untuk mewujudkan ilmu pengetahuan tersebut ke dalam sebuah usaha baru (Ulrich dan Christian, 2005). Dalam penelitian tersebut, *entrepreneur*lah yang mampu mentransfer ilmu pengetahuan menjadi sebuah usaha baru.

2.5 Entrepreneurship Capital dan Perekonomian Regional

Teori *Entrepreneurship Capital* (Audretsch dan Keilbach, 2004) mengukur pengaruh jumlah usaha baru (*start-up entrepreneurs*) serta pengaruh penelitian dan pengembangan (*research and development*) terhadap pertumbuhan output industri manufaktur pada berbagai distrik di Jerman. Pada penelitian terhadap seluruh kota yang tersebar di berbagai di Jerman tersebut, terbukti bahwa faktor selain modal fisik dan input tenaga kerja, yakni faktor penelitian dan pengembangan serta faktor bertumbuhnya jumlah perusahaan (*start-up rate of companies*) yang ada dalam sektor manufaktur, mempengaruhi pertumbuhan perekonomian sektor manufaktur secara positif dan signifikan.

Yang menjadi langkah penting adalah bagaimana menentukan variabel yang mewakili *entrepreneurship capital*. Kapasitas suatu kawasan dalam menumbuhkan usaha baru (*start-up firms*) pada umumnya dipandang mampu menimbulkan pengaruh positif terhadap output perekonomian di kawasan tersebut. Dapat dikatakan bahwa dalam kondisi *ceteris paribus*, tingginya tingkat pertumbuhan perusahaan di suatu kawasan mencerminkan tingginya *entrepreneurship capital* (Audretsch dan Keilbach, 2004), yang pada akhirnya berimbas kepada pertumbuhan ekonomi kawasan tersebut.

2.5.1 Ekstensi Model Romer

Audretsch dan Keilbach (2004), menjelaskan bahwa *entrepreneurship capital* tidak dapat dilepaskan dari fungsi produksi dan perkembangan *knowledge*. Fungsi produksi tersebut didasarkan pada fungsi produksi Romer. Model matematis dipaparkan sebagai berikut

$$Y = K^\alpha (AL_Y)^{(1-\alpha)} \quad (2.4)$$

dengan akumulasi modal

$$\dot{K} = S_K Y - \Delta K \quad (2.5)$$

dengan sektor *R&D*

$$\dot{A} = \delta L_A \quad (2.6)$$

lambang δ mencerminkan tingkat penemuan ide baru (*discovery rate*)

$$\delta = \delta L_A^{\lambda-1} A^\Phi \quad (2.7)$$

Lambang λ mencerminkan *return to scale* dari kegiatan *R&D* dan Φ adalah parameter yang mencerminkan intensitas *knowledge spillover*. Dengan penggabungan persamaan (2.7) ke dalam (2.6), maka tingkat penemuan knowledge baru (*rate of endogenous technical change*) adalah

$$\dot{A} = \delta L_A^\lambda A^\Phi \quad (2.8)$$

Knowledge yang baru yakni \dot{A} hanya diproses oleh *incumbent* (perusahaan yang telah *established*) untuk menjadi produk baru.

$$\dot{A}_{in} = \theta \cdot \delta L_A^\lambda A^\Phi \quad (2.9)$$

Lambang θ mencerminkan *knowledge filter*, di mana adalah proporsi knowledge yang dapat dimanfaatkan oleh *incumbent*. Knowledge yang tidak oleh perusahaan *incumbent* ($1 - \theta$) adalah peluang usaha bagi perusahaan baru atau disebut sebagai *entrepreneurial opportunities*, sehingga persamaan yang menjelaskan peluang usaha tersebut adalah

$$\dot{A}_{cp} = (1 - \theta) \cdot \delta L_A^{\alpha} A^{\beta} \quad (2.10)$$

2.5.2 Model Empiris *Entrepreneurship Capital*

Untuk menguji hipotesis mengenai *entrepreneurship capital*, model yang digunakan adalah model produksi dengan fungsi Cobb-Douglass, dengan penambahan faktor *entrepreneurship capital* dan faktor *R&D*. Persamaan pertama adalah dengan menerapkan fungsi Cobb-Douglas

$$Y_i = K_i^{\alpha} L_i^{\beta} R_i^{\gamma} E_i^{\delta} \quad (2.11)$$

Dimana Y_i adalah performa ekonomi daerah i yang diukur sebagai PDB regional, K_i adalah investasi modal yang terdapat di daerah itu, L_i adalah input tenaga kerja, R_i adalah intensitas *R&D* daerah tersebut, dan E_i melambangkan *entrepreneurship capital* daerah tersebut. Model tersebut mengatakan bahwa *entrepreneurship* berkontribusi positif terhadap output ekonomi daerah tersebut.

Entrepreneurship capital dan output perekonomian regional saling mempengaruhi. Artinya, tidak hanya *entrepreneurship* mempengaruhi perekonomian regional, akan tetapi kondisi perekonomian juga berpengaruh terhadap kecenderungan masyarakat dalam mendirikan usaha baru. Persamaan berikut memaparkan hubungan saling ketergantungan antara kedua faktor tersebut. Secara umum, persamaannya adalah:

$$E_i = f(y_i, x_i) \quad (2.12)$$

di mana

E : tingkat *entrepreneurship capital*

- y_i : tingkat output perekonomian regional
 x_i : faktor selain output perekonomian.

Hipotesis yang dapat disusun atas persamaan (2.12) tersebut adalah:

1. Pertumbuhan PDB yang kuat di sebuah kawasan akan menyebabkan kesejahteraan meningkat, ukuran pasar meningkat, intensitas perdagangan ekonomi meningkat, sehingga meningkatkan kesempatan untuk membuka perusahaan baru.
2. Penelitian dan pengembangan (*R&D*) menyebabkan daerah menciptakan pengetahuan baru, dan meningkatkan kesempatan bagi suatu kawasan untuk memulai usaha berbasis pengetahuan (*knowledge-based business*).
3. Terdapat korelasi positif antara entrepreneurship dengan tingkat populasi, di mana pada daerah yang padat penduduk, ide dan pengetahuan bergerak cepat sehingga mendukung *entrepreneurship*.
4. Investasi mencerminkan kepercayaan masa depan ekonomi sebuah daerah. Dapat diekspektasikan bahwa terdapat hubungan positif antara level investasi sebuah daerah dengan *entrepreneurship capital*.
5. Pengangguran berpengaruh positif, di mana individu yang menganggur beralih haluan menjadi *self-employment* sebagai alternatif, meskipun sesuai dengan teori-teori sebelumnya, hubungan antara keduanya penuh dengan ambiguitas.
6. Pajak yang tinggi akan menghambat pertumbuhan bisnis baru.
7. Keragaman sosial (*social diversity*) dalam sebuah komunitas menjadi pertanda keterbukaan daerah tersebut kepada ide-ide baru dan sangat penting untuk mendukung berdirinya perusahaan baru sebagai transformasi dari ide-ide baru tersebut.