

# PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN



**PENDORONG INOVASI  
DAN PERUBAHAN**

**EAMONN BUTLER**

Diterjemahkan dari buku  
An Introduction to Entrepreneurship  
karya Eamonn Butler

Pertama kali diterbitkan di Inggris Raya pada 2020 oleh  
The Institute of Economic Affairs  
2 Lord North Street, Westminster, London SW1P 3LB

Hak cipta © The Institute of Economic Affairs 2020  
Hak cipta dilindungi undang-undang  
Hak terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia ada pada Yayasan Cipta Sentosa

Penerjemah: Mohammad Gabriel Firdausy Erfan  
Penyunting: Anton Rizki Sulaiman, Muhammad Nidhal, Natasya Zahra  
Desain Sampul: Severinus Dewantara

Yayasan Cipta Sentosa  
Jalan Terogong Raya No. 6B, Cilandak  
Jakarta Selatan 12430, Indonesia  
Website: [www.cips-indonesia.org](http://www.cips-indonesia.org)

Semua hak cipta dilindungi undang-undang. Tanpa membatasi hak-hak yang dilindungi hak cipta di atas, tidak ada bagian dari publikasi ini yang boleh direproduksi, disimpan, atau dimasukkan ke dalam sistem pengambilan, atau ditransmisikan, dalam bentuk apa pun atau dengan cara apa pun (elektronik, mekanik, fotokopi, rekaman, atau lainnya), tanpa izin tertulis dari pemilik hak cipta dan penerbit buku ini.

Banyak publikasi IEA dicetak ulang atau diterjemahkan ke dalam bahasa selain bahasa Inggris. Izin untuk menerjemahkan atau mencetak ulang harus diperoleh dari Direktur Umum melalui alamat di atas.

## KATA PENGANTAR

Akhir-akhir ini, konsep *entrepreneurship* atau kewirausahaan semakin hangat menjadi bahan pembicaraan umum, antara lain karena keberhasilan dan popularitas sejumlah usaha *startup* dan unikorn di sektor teknologi. Tokoh-tokoh wirausaha sukses, seperti Steve Jobs, Elon Musk, atau Jack Ma, tampil sebagai selebritas dan menjadi idola yang ingin ditiru para kaum muda. Akibatnya, mungkin lebih besar daripada generasi sebelumnya, semakin banyak pemuda-pemudi yang bercita-cita merintis usaha sebagai upaya mencapai kesuksesan.

Dalam konteks ini, dapat ditemukan berbagai buku, tulisan, ataupun materi audiovisual di media sosial mengenai kewirausahaan. Materi-materi tersebut membahas cara-cara dan kiat-kiat menjadi wirausaha yang sukses. Pengalaman wirausaha dibedah secara mendalam, baik dari segi strategi dan manajemen bisnis maupun dari segi perilaku, pola pikir, atau kepemimpinan para wirausaha. Namun, tidak banyak buku membahas secara mendalam konsep kewirausahaan itu sendiri serta prinsip-prinsip yang menjadi landasannya.

Buku di tangan Anda ini, *Pengantar Kewirausahaan: Pendorong Inovasi dan Perubahan*, yang ditulis oleh Eamonn Butler, turut mengisi kekosongan tersebut karena merupakan pengantar yang komprehensif mengenai inti kewirausahaan dan perannya yang sangat diperlukan dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Dengan gaya penulisan yang lugas dan mudah dicerna, penulis mengajak kita untuk melihat kembali konsep kewirausahaan dari perspektif yang lebih teoretis, kontemplatif, dan reflektif.

Pada bab-bab awal, Eamonn Butler, seorang ekonom, penulis, dan salah satu pendiri Adam Smith Institute, sebuah *think tank* kebijakan yang sangat berpengaruh di Inggris dan di dunia, memulai dengan menjelaskan pentingnya kewirausahaan bagi inovasi dan kemakmuran. Ia mendalami apa yang menjadi inti dan motivasi para wirausaha, serta peran dan dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkannya. Selanjutnya, penulis juga mengingatkan bahwa tidak semua kewirausahaan bersifat produktif karena dapat juga menjadi tidak produktif, atau bahkan destruktif.

Ia kemudian membahas aspek kebijakan, terutama tantangan-tantangannya ataupun regulasi yang dapat menghambat kewirausahaan. Upaya-upaya pemerintah untuk mendorong kewirausahaan, menurutnya, terlalu sering salah kaprah dan menumbuhkan kewirausahaan yang tidak produktif. Dengan mengambil contoh kasus di Amerika Serikat, penulis lalu menutup dengan menggambarkan lingkungan yang paling ideal jika ingin menuai manfaat dari kewirausahaan alih-alih mematakannya.

Aspek kebijakan ini sangatlah penting karena pemerintah-pemerintah di seluruh dunia semakin ingin mengambil peran dalam menstimulasi tumbuhnya kewirausahaan di negara masing-masing, termasuk di Indonesia. Memang betul, hanya ada sedikit fenomena yang memiliki kekuatan pendorong inovasi dan transformasi seperti kewirausahaan. Kewirausahaan berperan besar dalam ekosistem perekonomian, menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan, dan menjadi katalis perubahan ekonomi dan sosial. Alhasil, kewirausahaan menjadi kata kunci dalam berbagai pesan politik untuk mencapai pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran.

Namun, tanpa pemahaman yang kokoh mengenai proses dan lingkungan yang melandasi kewirausahaan yang inovatif dan produktif, yaitu lingkungan persaingan yang adil, sehat dan terbuka, yang dapat terjadi justru adalah efek sebaliknya. Jika kebijakan-kebijakan untuk menstimulasi kewirausahaan justru mengakibatkan distorsi dalam pasar dan menghambat persaingan yang sehat, yang tumbuh adalah kewirausahaan yang tidak produktif dan kurang inovatif.

Hal seperti ini terutama dapat terjadi jika pemerintah mengambil peran yang terlalu besar dalam mengayomi, melindungi, atau bahkan membiayai wirausaha. Sejumlah wirausaha sendiri kerap meminta berbagai dukungan dan perlindungan dari pemerintah, terutama jika kurang mampu bersaing melawan perusahaan atau produk dari negara lain. Padahal, persaingan yang ketat serta kebutuhan untuk bertahan hidup merupakan motivator utama yang mendorong kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan, seperti yang digambarkan dalam buku ini.

Kami di Center of Indonesian Policy Studies (CIPS) selalu menekankan bahwa kebebasan sipil, politik, dan ekonomi memiliki peran besar dalam mencapai kemakmuran di Indonesia. Kami mendorong reformasi kebijakan yang menekankan inisiatif swasta serta pendekatan pasar (*market approaches*) yang penuh keterbukaan dan persaingan. Termasuk dalam kebijakan terkait kewirausahaan, kami percaya bahwa tidak seharusnya segala upaya dibebankan

kepada pemerintah saja. Sektor swasta yang seharusnya memainkan peran terbesar, didorong oleh kreativitas, keberanian, dan upaya yang tiada henti untuk mencapai keberhasilan.

Oleh karena itu, kami sangat berbahagia mendapatkan kesempatan untuk menerjemahkan buku ini yang diterbitkan oleh Institute of Economic Affairs (IEA) dan American Institute for Economic Research (AIER). Buku ini baik dibaca oleh siapa pun yang ingin mempelajari kewirausahaan, baik kaum muda yang bercita-cita menjadi wirausaha maupun pelajar, akademisi, dan pembuat kebijakan yang ingin memahami dan membangun ekosistem kewirausahaan di Indonesia. Saya berharap terjemahan dalam bahasa Indonesia ini dapat menjangkau publik yang lebih luas sehingga turut menyebarkan pemahaman yang baik mengenai kewirausahaan di Indonesia.

Banyak terima kasih saya ucapkan kepada IEA yang telah mendukung dan memercayai CIPS dalam menerjemahkan buku *An Introduction to Entrepreneurship*. Harapan saya, kerja sama antara CIPS dan IEA terus berlanjut dan mengalirkan pengetahuan yang relevan dan menjadi fokus kedua institusi penelitian ini kepada khalayak publik. Apresiasi juga kami sampaikan kepada penulis, Eamonn Butler, yang aktif berkontribusi dalam diskursus ekonomi dan pasar bebas. Lewat berbagai karya tulisnya, kita tidak hanya mendapatkan pemahaman baik tentang dunia kewirausahaan, tetapi juga peran pasar dalam mempromosikan kebebasan dan kemakmuran.

Sebagai penutup, saya mengundang Anda untuk membaca buku ini sebagai ekspedisi mendalam menuju jantung kewirausahaan. *Pengantar Kewirausahaan: Pendorong Inovasi dan Perubahan* adalah peta yang memandu Anda dalam mengeksplorasi kekuatan transformatif kewirausahaan serta faktor-faktor yang mendukungnya. Sembari Anda melewati bab-bab buku ini, saya harap Anda menemukan inspirasi, wawasan, dan, yang terpenting, keyakinan teguh terhadap potensi kewirausahaan yang dilandasi persaingan yang sehat dan terbuka.

Salam hangat,

**Anton Rizki Sulaiman**

Chief Executive Officer

Center for Indonesian Policy Studies



# DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Tentang Penulis	x
Tentang AIER	xi
<b>1 PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
Tentang isi buku ini	1
Tujuan pembaca buku ini	1
Kewirausahaan dan penulis buku ini	2
Susunan buku ini	3
<b>2 MENGAPA PERLU PEDULI TENTANG KEWIRAUSAHAAN?</b>	<b>5</b>
Faktor-faktor produksi yang tidak terlihat	5
Inovasi dan pertumbuhan ekonomi	6
Bagaimana cara mendorong kewirausahaan	7
Menggiatkan eksperimen	9
Bagaimana para ekonom mengabaikan kewirausahaan	10
Pentingnya persaingan	12
Kewirausahaan dan keragaman	14
<b>3 BERBAGAI PANDANGAN TENTANG KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>16</b>
Struktur, peran, kepribadian	16
Ukuran perusahaan dan kewirausahaan	20
Jenis-jenis wirausaha	22
Wirausaha adalah orang-orang yang tidak biasa	24
Cendekiawan kewirausahaan	26
Faktor-faktor sosiologis	28

<b>4 PERAN EKONOMI KEWIRAUSAHAAN</b>	30
Ekonomi dan ketidakpastian	30
Model buku teks	31
Wirausaha sebagai disruptor kreatif	33
Wirausaha sebagai penemu	35
Wirausaha sebagai pengolah informasi	36
Wirausaha dan ketidakpastian	38
Wirausaha dan penilaian	38
<b>5 PENTINGNYA KEWIRAUSAHAAN</b>	40
Manfaat ekonomi	40
Peningkatan produktivitas	42
Manfaat manusia	44
Manfaat sosial	44
Peran sosial dari profit	46
<b>6 MENYEBARNYA KEWIRAUSAHAAN</b>	48
Kehadiran kewirausahaan secara global	48
Persamaan dan perbedaan antar negara	49
Negara-negara berkembang	50
Kewirausahaan dan migrasi	51
Industri-industri yang cocok untuk kewirausahaan	52
Masa depan kewirausahaan	53
<b>7 KEWIRAUSAHAAN YANG PRODUKTIF DAN TIDAK PRODUKTIF</b>	56
Apakah kewirausahaan selalu produktif?	56
Produktif, tidak produktif, dan destruktif	57
Dampak krusial dari aturan	58
Memanipulasi aturan	59
Lisensi profesi	60
Meningkatnya kewirausahaan politik	62
Kewirausahaan dan lembaga	63
<b>8 DAPATKAH PEMERINTAH MENDORONG KEWIRAUSAHAAN?</b>	65
Perjalanan penuh kegagalan	65

Strategi lainnya	67
Alasan di balik keterlibatan politisi	68
Kendaraan investasi publik	69
Pendukung dan penentang intervensi pemerintah	70
Mengondisikan iklim yang tepat	73
Dorongan berbasis tujuan?	76
Belajar dari pengalaman	78
<b>9 IKLIM KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>79</b>
Mengapa Amerika Serikat berkewirausahaan tinggi?	79
Kekayaan, kebebasan, dan kebudayaan	80
Inovasi tanpa izin	82
Pentingnya perpajakan	83
Beban regulasi	87
Kondisi yang tepat	90
Pentingnya manajemen	92
Pelajaran yang dapat dipetik	94
Referensi	96
Tentang IEA	101

## TENTANG PENULIS

Eamonn Butler adalah Direktur Adam Smith Institute, salah satu lembaga pengkaji kebijakan paling terkemuka di dunia. Ia memiliki gelar sarjana di bidang ekonomi dan psikologi, gelar doktor (PhD) di bidang filsafat, dan gelar kehormatan sastra (*honorary Dlit*). Pada 1970-an, ia bekerja di Washington untuk Dewan Perwakilan Rakyat Amerika Serikat, dan mengajar filsafat di Hillsdale College, Michigan, sebelum kembali ke Inggris untuk membantu mendirikan Adam Smith Institute. Pernah dianugerahi Freedom Medal dari Freedoms Foundation of Valley Forge dan UK National Free Enterprise Award, Eamonn saat ini menjabat sebagai Sekretaris Mont Pelerin Society.

Eamonn telah menulis sejumlah buku, termasuk pengantar ekonom dan pemikir terkemuka Adam Smith, Milton Friedman, F. A. Hayek, Ludwig von Mises, dan Ayn Rand. Ia juga telah memublikasikan buku-buku teks tentang liberalisme klasik, pilihan publik, Magna Carta, dan Austrian School of Economics, serta *The Condensed Wealth of Nations*, *The Best Book on the Market*, dan *School of Thought: 101 Great Liberal Thinkers*. Buku *Foundations of a Free Society* karangannya memenangkan Fisher Prize 2014. Eamonn juga ikut menulis *Forty Centuries of Wage and Price Controls* dan beberapa buku tentang IQ. Ia adalah kontributor rutin media cetak, siaran, dan daring.

## **TENTANG AIER**

Buku ini diproduksi bersama oleh Institute of Economic Affairs (IEA) (lihat hlm. 132) dan American Institute for Economic Research (AIER). AIER yang berbasis di Great Barrington, Massachusetts, didirikan pada 1933 sebagai suara independen pertama untuk ekonomi yang sehat dan solid di Amerika Serikat. Saat ini, AIER memublikasikan berbagai penelitian, mengadakan program-program edukasi, menerbitkan buku, mensponsori pemegang dan pelajar, dan menjadi rumah bagi Bastiat Society yang telah dikenal secara internasional dan Sound Money Project yang terkemuka. American Institute for Economic Research adalah lembaga amal publik 501(c)(3).



# 1

## PENDAHULUAN

### **Tentang isi buku ini**

Buku ini bukanlah buku manajemen yang membahas cara menjadi seorang wirausaha yang sukses. Buku ini adalah pengantar dasar kewirausahaan yang membahas mengapa kita membutuhkan kewirausahaan dan bagaimana kita bisa mendorong kewirausahaan.

Maka dari itu, buku ini menjelaskan apa yang membuat kewirausahaan istimewa dan penting, serta perannya dalam meningkatkan inovasi, kemajuan, produktivitas, dan pertumbuhan ekonomi. Hal-hal tersebut penting karena berbagai kontribusi esensial dari kewirausahaan ini belum dipahami secara luas. Tentu, kontribusi-kontribusi tersebut kerap diabaikan dalam buku-buku ekonomi pada umumnya. Namun, kontribusi-kontribusi itulah yang sejatinya membuat kewirausahaan vital bagi kita semua sebagai pekerja, konsumen, dan masyarakat.

### **Tujuan pembaca buku ini**

Pastinya, para manajer bisnis akan menemukan wawasan-wawasan berharga dalam buku ini karena buku ini menuliskan apa yang mereka lakukan dalam konteks ekonomi, institusi, dan kebijakan secara lebih luas. Akan tetapi, pembaca utama buku ini sebenarnya adalah orang-orang awam yang ingin memahami peran inovasi dan kewirausahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, serta pelajar yang merasa bahwa buku pelajaran tentang ekonomi pada umumnya

terlalu teknis, kurang bermanfaat nyata, dan tidak praktis.

Jika orang-orang ditanyai apa yang mereka butuhkan, mereka akan menjawab kuda yang lebih kencang.

— Henry Ford, penemu mobil Amerika

Buku ini juga akan bermanfaat bagi para pembaca di negara-negara berkembang yang menginginkan agar perekonomian mereka tidak terlalu tersentralisasi dan lebih bebas, terbuka, beragam, dinamis, produktif, serta makmur. Di negara-negara maju, buku ini akan berguna bagi mereka yang terlibat dalam kebijakan publik tetapi tidak sepenuhnya memahami peran dan pentingnya kewirausahaan dalam ekonomi.

## **Kewirausahaan dan penulis buku ini**

Saya telah melihat banyak wirausaha menciptakan peluang-peluang baru dan mengubah kehidupan banyak orang. Pada 1970-an, layanan penerbangan Skytrain cetusan Freddie Laker merombak kartel penerbangan lama dan membuka kesempatan bagi jutaan orang untuk menyeberangi Samudra Atlantik dengan biaya terjangkau—memfasilitasi pertukaran budaya dan gagasan baru. Clive Sinclair mengembangkan kalkulator dan jam digital saku. Sony Corporation menciptakan pemutar musik portabel. Bill Gates membuat komputer menjadi produk yang mudah diakses dari rumah. Tim Berners-Lee membuka akses terhadap luasnya pengetahuan dunia melalui Web. Lalu, Steve Jobs menciptakan iPhone yang menggabungkan semua inovasi tersebut—ditambah banyak fitur lainnya—dalam sebuah gawai kecil berukuran saku yang kini dimiliki dua miliar orang. Memang benar, iPhone tidak dapat menampung seluruh isi perusahaan maskapai penerbangan, tetapi yang jelas perangkat ini dengan mudah membawa jadwal transportasi dan aplikasi pemesanan ke dalam genggamannya. Meski demikian, hanya terdapat segelintir wirausaha yang dikenal banyak orang. Bisa dibilang, *kita semua* adalah wirausaha. Sebagai lulusan baru, misalnya, saya mengambil kesempatan untuk merantau dan menghindari resesi di negara asal saya. Saya kemudian pulang untuk membentuk kelompok studi kebijakan nirlaba ketika gagasan-gagasan baru sangat dibutuhkan. Kini, saya mencoba mengisi ceruk pasar lain dengan menulis buku seperti ini. Saya bukanlah seorang pengusaha,

tetapi saya masih bertindak secara wirausaha.

Menjadi seorang wirausaha berarti menjadi seseorang yang ingin membuat perubahan dalam kehidupan orang lain.

— Sir Richard Branson, *founder*, Virgin Group

Ajaran ekonomi arus utama (*mainstream economics*) mengimajinasikan ekonomi sebagai sebuah mekanisme yang dapat diprediksi dan dikendalikan. Pengalaman telah mengajarkan kepada saya betapa pemahaman ini sangatlah jauh dari kenyataannya. Kehidupan ekonomi yang sesungguhnya adalah tentang manusia dan hubungan di antara mereka: Ekonomi didorong oleh berbagai tujuan dan aksi manusia. Kewirausahaanlah yang membangkitkan kemakmuran dan pertumbuhan. Namun, peran kewirausahaan kerap diabaikan dalam pemikiran arus utama—dan kemudian secara tidak sengaja dikekang oleh kebijakan-kebijakan publik yang buruk akibat pandangan tersebut.

Kita perlu mengembalikan kewirausahaan ke dalam ekonomi dan politik arus utama. Di seluruh dunia, terdapat berbagai cara untuk mengapresiasi seni, musik, atau film. Kita pun perlu mengapresiasi kontribusi kewirausahaan terhadap kehidupan kita.

## Susunan buku ini

Buku ini merupakan bentuk sumbangan kecil untuk mengapresiasi kewirausahaan. Pertama, buku ini menjelaskan mengapa kita perlu peduli tentang kewirausahaan—apa artinya bagi inovasi dan kemakmuran, serta bagaimana kita dapat mendorongnya. Kemudian, buku ini menilik bagaimana kita mendefinisikan kewirausahaan secara umum, apa gagasan utama kewirausahaan yang sebenarnya, dan apa yang sesungguhnya memotivasi para wirausaha.

Bab 4 menelaah sejumlah teori terkait peran ekonomi yang sebenarnya dari kewirausahaan, sementara dua bab selanjutnya mengkaji keutamaan ekonomi dan sosialnya serta kehadirannya yang luar biasa di seluruh dunia dan berbagai industri.

Bab 7 mengungkap bahwa tidak semua kewirausahaan bersifat produktif. Kewirausahaan bahkan bisa bersifat merusak jika ia berfokus pada memanipulasi regulasi, alih-alih melayani konsumen. Bab 8 menanyakan apakah pemerintah benar-benar mendorong kewirausahaan untuk berkembang. Jawabannya adalah

bisa jadi, tetapi mereka acapkali melakukannya dengan tidak benar. Mereka lupa bahwa kewirausahaan hanya dapat bertahan dalam perekonomian yang terbuka dan kompetitif. Buku ini ditutup dengan penjelasan terkait iklim kebijakan yang harus diciptakan untuk dapat menuai manfaat dari kewirausahaan, alih-alih justru menghalanginya.

# 2

## MENGAPA PERLU PEDULI TENTANG KEWIRAUSAHAAN?

### Faktor-faktor produksi yang tidak terlihat

Kewirausahaan dalam kehidupan sesungguhnya lebih penting daripada yang kita bayangkan. Sebagian besar dari kita memahami bahwa lahan, tenaga kerja, dan modal dibutuhkan untuk memproduksi barang dan jasa yang menopang dan memperbaiki kehidupan kita. Akan tetapi, kewirausahaan adalah faktor produksi yang *tidak terlihat*. Lahan, tenaga kerja, dan modal tidak akan menghasilkan apa-apa kecuali dikerahkan secara aktif. Tiga hal ini perlu diarahkan dan difokuskan oleh akal manusia—akal kewirausahaan yang menyadari bagaimana hal-hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk menciptakan nilai.

Ekonomi klasik menetapkan empat faktor dasar produksi: lahan, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan ... Dengan sedikit perkecualian, faktor terakhir menghilang—bersamaan dengan dengan konsep *purposeful action* (tindakan yang memiliki maksud)—dari teori ekonomi pada awal abad ke-20.

— Frédéric Sautet

Kewirausahaan begitu diabaikan sehingga konsep ini relatif baru dibandingkan dengan konsep lainnya. Kata *kewirausahaan* (*entrepreneurship*) berakar dari kata dalam bahasa Prancis pada abad ke-13, *entreprendre*, yang berarti melakukan atau menjalankan sesuatu. Pada abad ke-16, kata ini digunakan

untuk mendefinisikan orang-orang yang menjalankan usaha. Namun, baru pada 1730, kata ini digunakan Richard Cantillon (c. 1680–1734), seorang ekonom Irlandia-Prancis, untuk mendefinisikan seseorang yang mengambil *risiko finansial* dalam menjalankan usaha; dan pada 1803, ketika ekonom Prancis Jean-Baptiste Say (1767–1832) menjelaskan peran utama wirausaha dalam menemukan *cara memanfaatkan sumber daya secara lebih produktif*.

Gagasan kewirausahaan kian mengerucut pada 1848, ketika seorang filsuf dan ekonom Inggris bernama John Stuart Mill (1806–73) mengidentifikasi wirausaha sebagai orang-orang yang *mengambil risiko dan mengelola suatu usaha*. Kini, para ekonom menitikberatkan peran wirausaha sebagai *inovator* atau orang-orang yang *menemukan peluang* atau mengambil risiko dalam dunia yang penuh *ketidakpastian*. Dan upaya-upaya untuk mengklarifikasi konsep kewirausahaan pun terus berlanjut.

## **Inovasi dan pertumbuhan ekonomi**

Tidak ada aspek kewirausahaan yang lebih penting bagi kemajuan manusia dan pertumbuhan ekonomi daripada *inovasi*. Kemajuan dan pertumbuhan bukan hanya merupakan hasil dari menerapkan faktor-faktor produksi yang *terlihat*, melainkan sebagian besar hasil inovasi yang membuat kegiatan ekonomi manusia lebih produktif. Dalam ekonomi yang kompetitif, wirausaha terus dihadapkan dengan tekanan untuk berinovasi sembari mencari cara-cara yang paling hemat biaya untuk menciptakan produk yang lebih murah, baik, cepat, teratur, dan cerdas yang akan menarik konsumen. (Coba bayangkan perkembangan teknologi telepon atau mobil, misalnya, serta revolusi dalam produksinya.) Tekanan yang konstan untuk menggenjot produktivitas—yakni, menemukan proses yang lebih efisien dan produk yang lebih efektif—menjelaskan sebagian besar kenaikan standar hidup kita. Dahulu, pada 1950-an, seorang ekonom Amerika pemenang Nobel, Robert Solow (1924–), menghitung bahwa 87 persen pertumbuhan ekonomi berasal dari inovasi (Solow 1956). Menurut penulis sains Inggris, Matt Ridley (1958–), angka tersebut kini lebih tinggi karena bahan baku baru, mesin baru, dan metode-metode yang lebih efisien memungkinkan kita untuk menggunakan lebih sedikit sumber daya dan waktu demi memenuhi kebutuhan dan keinginan kita (Ridley 2020). Menurut pakar manajemen Amerika, Peter Drucker (1909–2005), inovasi tidak hanya menciptakan produk-produk yang lebih baik, tetapi juga sumber-

sumber daya baru. Para wirausaha mengubah barang-barang tak bernilai, seperti pasir, menjadi barang-barang bernilai, seperti keping (*chip*) komputer silikon (Drucker 1985). Kemudian, sumber daya baru tersebut dapat dimanfaatkan untuk menciptakan barang-barang dengan nilai yang lebih besar, seperti ponsel cerdas, robot, dan mobil swakemudi.

Namun demikian, inovasi tidak melulu soal penciptaan perangkat baru. Menurut Ridley (2020), inovasi adalah “penyeimbang yang hebat (*the great equaliser*)”. Pada zaman sekarang, orang-orang di negara-negara termiskin mempunyai ponsel yang sama bagusnya dengan di negara-negara terkaya. Inovasi adalah alasan mengapa jumlah orang yang hidup dalam kemiskinan ekstrem berkurang cepat, dan akan terus demikian.

Dengan kata lain, inovasi memperbaiki kehidupan kita; dan terdapat hubungan yang kuat antara inovasi dan jumlah usaha baru. Mayoritas industri dengan pertumbuhan pesat (seperti teknologi informasi [TI], kecerdasan buatan [AI], realitas virtual [VR], *biotech*, *telehealth*, *fintech*) dikuasai oleh perusahaan-perusahaan yang baru berkembang, bukan yang sudah lama mapan (Sanandaji dan Sanandaji 2014). Tentunya, perusahaan besar—dengan modal dan sumber daya manusianya—juga dapat bertindak seperti wirausaha (sebagai contoh, Sony Walkman). Namun, perusahaan-perusahaan yang baru dan lebih kecil yang menciptakan inovasi dan lapangan kerja terbanyak.

## **Bagaimana cara mendorong kewirausahaan**

Sebagian orang Barat mengkhawatirkan bahwa dinamika bisnis kewirausahaan mereka berangsur menurun. Jumlah perusahaan rintisan (*startup*) baru semakin sedikit, perusahaan yang kurang produktif bertahan lebih lama, dan perusahaan produktif meningkatkan penggunaan teknologi dan mengurangi pekerja manusia (Decker *et al.* 2016). Mengingat peran ekonomi wirausaha dalam mengerek produktivitas melalui berbagai produk dan proses baru serta peran sosial mereka dalam memperbaiki kehidupan kita, hal tersebut memunculkan sebuah pertanyaan krusial: Apakah para pembuat kebijakan di negara Barat masih memelihara kondisi yang tepat bagi kewirausahaan untuk berkembang, dan apa yang harus mereka lakukan untuk mendorong perkembangan tersebut?

Sayangnya, pertanyaan ini tidak dapat dijawab dengan mudah. Hanya ada sedikit bukti untuk menjawabnya karena “kewirausahaan” sulit untuk didefinisikan

dan diidentifikasi. Jawabannya mungkin dapat ditemukan pada perusahaan-perusahaan kecil yang baru, tetapi jumlah perusahaan kecil yang baru dalam sebuah negara bukanlah ukuran kewirausahaan yang baik. Bagaimanapun juga, banyak orang bekerja sebagai tukang cat rumah atau pengemudi taksi wiraswasta (*self-employed*), tetapi mereka umumnya tidak dianggap sebagai *wirausaha*. Istilah *wirausaha* digunakan untuk mengacu kepada orang-orang yang lebih dinamis dan kreatif yang merombak metode produksi dan menghasilkan sesuatu yang baru. Seperti kata Peter Drucker, ada banyak restoran kecil di wilayah pinggiran kota di Amerika, tetapi pemilik McDonald's, Ray Kroc, menstandarkan produknya, merevolusi proses pembuatannya, dan menciptakan pasar baru: itulah mengapa ia dianggap sebagai seorang wirausaha (Drucker 1985):

Sepasang suami istri yang membuka rumah makan kecil atau restoran Meksiko di pinggiran kota Amerika pastinya mengambil risiko. Namun, apakah mereka wirausaha? Yang mereka lakukan hanyalah hal-hal yang sudah banyak dilakukan sebelumnya ... Tetapi dengan menerapkan berbagai konsep dan teknik manajemen (dengan bertanya, apa yang "bernilai" bagi pelanggan?), menstandarkan "produk", mendesain proses dan alat, serta memberikan pelatihan berdasarkan pekerjaan yang harus diselesaikan lalu menetapkan standar-standar yang diperlukan, McDonald's secara drastis meningkatkan hasil dari sumber daya yang dimiliki sekaligus menciptakan pasar dan memperoleh pelanggan baru. Inilah yang disebut sebagai kewirausahaan.

Para pembuat kebijakan ingin menggiatkan kewirausahaan melalui pemberian subsidi dan bantuan lainnya kepada usaha-usaha baru. Meski dapat membantu sejumlah wirausaha berkembang, hal tersebut akan membuang-buang uang rakyat untuk mendukung usaha-usaha baru yang mungkin justru tidak bersifat wirausaha. Selain itu, sebagian besar usaha baru mengalami kegagalan. Biasanya, seperlima dari usaha-usaha baru akan gulung tikar dalam satu tahun, sepertiga dalam dua tahun, dan sekitar separuh dalam lima tahun (US Small Business Administration Office of Advocacy 2014). Hanya segelintir yang menjadi sangat sukses. Sementara itu, sisanya gagal karena berbagai alasan yang mungkin tidak ada kaitannya dengan seberapa besar kemampuan berwirausaha mereka, atau inovatif dan sebermanfaat apa produk mereka. Uang rakyat yang digunakan

untuk memberikan subsidi kepada usaha-usaha baru hanya akan membuahkan sedikit keberhasilan dan justru dirugikan oleh banyak usaha yang gagal. Sayangnya, tidak ada pula cara pasti untuk memprediksi mana usaha yang akan berkembang—yang menjelaskan mengapa upaya pemerintah untuk “menyeleksi” usaha sering kali tidak berhasil.

## Menggiatkan eksperimen

Menurut sejumlah ekonom, strategi yang lebih baik adalah menciptakan *kondisi* yang tepat untuk mendorong dan mengembangkan kewirausahaan (lihat, misalnya, Lerner 2009). *Proses kewirausahaan*—yang menentukan apakah suatu perusahaan atau produk inovasi baru akan gagal atau berhasil—adalah *proses evolusioner* seperti halnya proses seleksi alam yang dilalui makhluk hidup untuk berevolusi. Semakin banyak *eksperimen* yang dilakukan, semakin besar peluang untuk berhasil. Akibat metode “*trial and error*” (metode coba-coba), semakin tinggi kemungkinan untuk *gagal*—walau masih tetap bisa bangkit lagi—semakin subur pula proses kewirausahaan yang terjadi. Yang jelas, mayoritas wirausaha yang sukses pernah mengalami kegagalan. Thomas Edison melakukan lebih dari seribu percobaan gagal untuk menciptakan lampu. Steve Jobs membuat Apple merugi jutaan dolar dengan Apple I dan Apple Lisa-nya, dan bahkan dipecat dari perusahaannya sendiri. Sir James Dyson mencoba lebih dari lima ribu purwarupa (*prototype*) sebelum akhirnya menciptakan inovasi pembersih vakum tanpa kantong. Peter Thiel mengelola *hedge fund* yang mengalami kerugian sebesar 95 persen dari seluruh asetnya.<sup>1</sup> Ketika Amazon melebarkan sayapnya dari yang awalnya hanya menjual buku, Jeff Bezos membeli puluhan juta stok mainan, tetapi hanya berhasil menjual separuh. Kegagalan mengajarkan wirausaha apa proses dan produk yang *tidak* berhasil, dan melalui pengalaman, mereka memahami apa yang *diinginkan* oleh pasar. Situs lelang daring milik Bezos juga gagal—tetapi dari pengalaman itu juga ia dapat mengembangkan Amazon Marketplace.

Saya tidak gagal. Saya hanya menemukan 10.000 cara yang tidak berhasil.

— Thomas Edison

---

<sup>1</sup> Wikipedia (2020) Clarium Capital.

Meski ada beberapa teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mendorong kewirausahaan, tidak ada yang tahu jawaban pastinya. Silicon Valley—sebutan untuk wilayah selatan San Francisco Bay Area yang menjadi pusat perusahaan teknologi tinggi terbesar di dunia dan ribuan *startup* teknologi lainnya—adalah salah satu kasus kewirausahaan yang berhasil. Namun, hanya sedikit, atau bahkan tidak ada tempat lain yang bisa menirunya. Pun tidak ada yang tahu pasti bagaimana Silicon Valley bisa tercipta. Banyak pakar memperdebatkan apakah Silicon Valley sebenarnya dibangun dari investasi pemerintah atau swasta. Keberadaan perusahaan-perusahaan “jangkar”<sup>2</sup>, banyaknya infrastruktur layanan publik, dan kontrak pertahanan tentunya membantu penciptaan Silicon Valley (Mazzucato 2013). Namun demikian, jaraknya yang dekat dengan Stanford University, sebuah lembaga swasta, juga penting. Wilayah ini juga diuntungkan dengan kemampuannya untuk menarik pekerja-pekerja yang tidak terikat tempat dan waktu, berpendidikan tinggi, dan terampil, serta dari lingkungan bisnis setempat yang berkembang, termasuk perusahaan modal ventura (*venture capitalists*) yang memberikan pendanaan dan nasihat kepada *startup*. Di samping itu, dampak dari klusterisasi perusahaan-perusahaan serupa di wilayah tersebut turut mendorong kolaborasi bermakna antara berbagai perusahaan serta meningkatkan spesialisasi yang tersedia di pasar tenaga kerja. Bisa jadi juga, itu semua adalah kebetulan yang tidak disengaja sehingga sulit untuk ditiru di tempat lain.

## **Bagaimana para ekonom mengabaikan kewirausahaan**

Para ekonom arus utama tidak banyak bisa memberikan arahan untuk mendorong proses kewirausahaan karena mereka hampir sepenuhnya mengabaikan kewirausahaan.

Kewirausahaan penting bagi kita semua sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran (Kritikos 2014). Kewirausahaan memotivasi, mengarahkan, dan mengatur faktor-faktor produksi lainnya untuk menciptakan nilai. Akan tetapi, para ekonom arus utama jarang mengapresiasi fungsi katalis dari kewirausahaan ini. Dalam buku-buku ekonomi arus utama, misalnya, “perusahaan” adalah ide yang sangat abstrak. Tidak ada penjelasan mengapa perusahaan ada, bagaimana mereka dibentuk, seberapa berbeda dan beragam

---

<sup>2</sup> Perusahaan jangkar adalah perusahaan dengan teknologi tinggi dan berpengaruh yang memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di wilayah tertentu.

mereka (selain dalam hal ukuran), bagaimana mereka berubah dan berkembang, apa arti mereka bagi pendiri, pekerja, dan konsumennya—atau bahkan bagaimana mereka gagal. Dengan kata lain, faktor manusia dan wirausaha sama sekali tidak dipertimbangkan dalam konsep perusahaan. Padahal, kunci memahami kehidupan ekonomi terletak pada manusia secara umum dan, khususnya, wirausaha. Merekalah yang mendorong aksi, perniagaan, dan perdagangan. Lahan, modal, dan bahkan tenaga kerja tidak menghasilkan nilai apa pun jika tidak diarahkan oleh manusia dengan suatu tujuan. Pasir hanyalah pasir, hingga manusia mengubahnya menjadi beton atau keping komputer; barang modal hanyalah benda mati, hingga dikerahkan untuk memproduksi barang bernilai; penggalian parit akan sia-sia, kecuali dilakukan untuk mengeringkan atau mengairi lahan pertanian, dijadikan fondasi bangunan, atau tujuan lainnya. Sebelum dapat memahami ekonomi, pertama-tama kita harus memahami motivasi dan interaksi manusia.

Sayangnya, jauh lebih mudah memahami model ekonomi yang sederhana dan “mekanis” daripada penjelasan yang sangat kaya dan kompleks mengenai manusia. Konsep-konsep mudah dalam buku teks, seperti “pasar sempurna”—sebuah dunia imajiner dengan produk serta pembeli dan penjual yang sama, yang perdagangannya dilakukan secara gratis dan cuma-cuma—lebih sederhana untuk dimengerti daripada pasar riil yang dinamis dan beragam. Akan tetapi, konsep-konsep tersebut tidaklah produktif maupun nyata.

Terlebih lagi, gagasan “pasar sempurna” menyiratkan bahwa, ketika terdapat pasar riil yang “tidak sempurna”, kita (atau khususnya para pembuat kebijakan dari pemerintah) perlu segera mengintervensi dan menjadikannya “sempurna” kembali. Masalahnya, pasar tidak pernah dan tidak akan pernah “sempurna”. Jika perekonomian kita sempurna, tidak akan ada alasan untuk berinovasi, memasok, menjual, atau membeli produk apa pun karena hal tersebut tidak akan memperbaiki apa-apa. Tidak akan ada *pasar* yang dibutuhkan; tidak akan ada pasar sama sekali. Pada kenyataannya, *ketidaksempurnaan* dalam kehidupan ekonomi itulah yang mendorong orang untuk mengambil tindakan produktif dan memperdagangkan barang antara satu sama lain. Dan keesokan harinya, keadaan akan berubah kembali. Pasar merespons perubahan keadaan tersebut. Pasar bersifat dinamis—perubahan yang terus-menerus terjadi pada permintaan dan penawaran barang dan jasa yang tak terbilang jumlahnya. Perubahan ini membuka surplus, kelangkaan, dan peluang, ibarat pusaran air yang timbul dalam air pegunungan yang mengalir cepat. Para wirausahalah yang mengambil aksi

untuk mengisi pusaran-pusaran tersebut dengan berbagai proses dan produk yang baru. Untuk melakukannya, mereka berinovasi. Dan dengan berinovasi, mereka memberikan barang, jasa, dan pilihan baru yang mungkin orang-orang tidak pernah bayangkan sebelumnya.

Wirausaha melakukan itu semua, bahkan tanpa “informasi sempurna” yang dijelaskan dalam buku teks. Di awal, mereka tidak bisa tahu proses mana yang akan dapat diterapkan dan menghasilkan keuntungan, begitu juga dengan produk, kualitas, dan harga seperti apa yang diinginkan masyarakat. Tugas mereka adalah membuat perkiraan—meski, dalam banyak kasus wirausaha yang sukses, perkiraan tersebut adalah perkiraan yang berdasar dan bijak. Wirausaha mengambil risiko, membuat keputusan investasi, dan mencurahkan waktu, upaya, modal, serta sumber daya lainnya ke dalam proyek mereka, sembari menghadapi ketidakpastian terkait masalah yang mungkin akan datang serta kebutuhan dan pilihan konsumen di masa depan. Misalnya, siapa yang pernah memprediksi bahwa hampir separuh populasi dunia akan menginginkan ponsel pintar, apalagi membelinya? Mana ada produsen ensiklopedia, atlas, buku referensi, buku harian, koran, mesin penghitung, kamera, pemutar musik, atau pusat perbelanjaan yang telah memperkirakan bahwa usaha mereka akan terkalahkan oleh perangkat seukuran saku? Namun, menurut sejumlah pembuat teori, mengambil risiko dengan latar ketidakpastian adalah definisi kewirausahaan yang sesungguhnya (McMaken 2014).

## **Pentingnya persaingan**

Buku-buku teks juga memandang persaingan sebagai suatu keadaan tetap yang berisi pembeli dan penjual identik dalam jumlah besar. Namun, ekonom Anglo-Austria pemenang Nobel, F. A. Hayek (1899–1992), menyadari bahwa persaingan lebih baik dianggap sebagai *proses* yang aktif dan terus berjalan. Selain itu, di dalam persaingan, wirausaha dan kewirausahaan dapat memainkan peran penting (Hayek 1978).

Hayek menyebut persaingan sebagai *prosedur menemukan hal baru (discovery procedure)*. Sembari menyesuaikan dengan permintaan konsumen yang berubah-ubah serta variasi harga dan pasokan sumber daya, wirausaha menemukan informasi baru. Mereka menemukan cara-cara yang lebih baik dan terjangkau untuk memproduksi barang dan jasa, serta mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen dengan lebih tepat.

Di bawah tekanan persaingan, wirausaha memiliki dorongan untuk memenuhi keinginan-keinginan tersebut secepat mungkin. Surplus, kelangkaan, dan peluang selalu ada dalam pasar—sebagai hasil alamiah dari dinamika dan kompleksitasnya, serta fluktuasi harian dan kesenjangan dalam penawaran, permintaan, dan harga yang muncul tanpa bisa dihindari. Wirausaha memperoleh imbalan atas tindakannya untuk menahan surplus, mengisi kelangkaan, dan mengambil peluang yang timbul—serta mengantisipasi surplus dan kelangkaan di masa mendatang dan mengambil tindakan lebih awal untuk mengoreksinya. Di bawah persaingan pasar, wirausaha harus bertindak cepat, atau kompetitor akan memanfaatkan peluang tersebut, dan justru mereka yang meraih keberhasilan. Maka dari itu, dalam pasar yang kompetitif, kesenjangan akan terkoreksi dengan cepat—jauh lebih cepat daripada jika pasar diatur oleh perencana pemerintah atau didominasi oleh pelaku monopoli karena mereka tidak memiliki kepentingan mendesak untuk melakukan perbaikan. Semakin besar persaingan, wirausaha harus semakin cepat mendeteksi dan menutup kesenjangan. Mereka juga harus mengantisipasi permintaan di masa mendatang dengan lebih akurat serta mengoreksi ketidakseimbangan secara lebih inovatif dan imajinatif. Semakin cepat mereka melayani kebutuhan nyata masyarakat—dan semakin baik mereka dalam melakukannya—aksi mereka akan membuat masyarakat secara keseluruhan menjadi lebih baik.

Tidak ada yang membahas kewirausahaan sebagai kemampuan untuk bertahan hidup, tetapi justru itulah kewirausahaan yang sebenarnya dan yang mengasah pemikiran kreatif.

— Anita Roddick, pendiri BodyShop

Sekali lagi, persaingan dapat dilihat sebagai proses *seleksi* yang evolusioner. Namun, yang memilih produk apa yang akan bertahan bukanlah *produsen*, usaha, maupun wirausaha, melainkan *konsumen*. Merekalah yang secara konstan memilih produk yang paling memenuhi kebutuhan mereka dan memberi nilai tertinggi dengan harga terendah bagi mereka. Apabila orang lain dapat menghasilkan suatu produk yang lebih baik atau murah yang memberikan nilai atas uang (*value for money*) yang lebih baik, mereka dapat (dan biasanya akan) meninggalkan pemasok lama dan mengeluarkan uangnya untuk produk dan pemasok baru tersebut. Ciptakan produk yang lebih baik, maka dunia

akan membeli dari Anda—meski kesuksesan kewirausahaan sebenarnya tidak sekadar tentang penciptaan produk baru.

Melalui proses seleksi pasar yang kompetitif, sumber daya akan bergerak secara sistemis menuju produk-produk yang lebih baik serta berbagai barang dan jasa lainnya yang memberikan nilai paling banyak kepada masyarakat. Setiap sen yang dikeluarkan oleh konsumen—dalam transaksi sehari-hari yang tidak terhitung jumlahnya—ibarat suara dalam pemilu. Setiap suara memberikan sinyal kepada wirausaha tentang berapa banyak barang dan jasa yang perlu diproduksi. Hal ini mendorong wirausaha untuk mengarahkan sumber daya dan proses produksi menuju pemanfaatannya yang paling banyak memberikan nilai. Selain itu, mereka juga terdorong untuk berinovasi serta mencari cara-cara baru untuk menciptakan dan memasok produk-produk yang lebih bernilai. Alhasil, sumber daya yang tersedia digunakan seefektif mungkin. Nilai pun bertambah dan masyarakat diuntungkan.

Dalam demokrasi politik, hanya suara yang diberikan untuk kandidat atau rencana yang memperoleh dukungan mayoritas yang secara efektif membentuk arah penyelesaian urusan publik. Suara-suara yang diberikan oleh minoritas tidak secara langsung memengaruhi kebijakan politik. Namun, dalam pasar, tidak ada suara yang sia-sia. Setiap sen yang dikeluarkan memiliki kekuatan untuk memengaruhi proses produksi.

— Ludwig von Mises, *Human Action*

## **Kewirausahaan dan keragaman**

Pendekatan ekonomi arus utama memiliki kekurangan lain. Pendekatan ini kurang mempertimbangkan—dan bahkan mengabaikan—pentingnya keragaman. Dalam “persaingan sempurna”, produk-produk yang ada sejenis atau seragam, padahal kenyataannya tidak demikian. Coba lihat keragaman dan pilihan yang tersedia untuk barang sehari-hari: teh, roti, sepatu, topi, kursi, telepon, mobil, atau rumah yang beraneka ragam jenisnya; begitu pula untuk jasa-jasa yang tersedia, seperti penata rambut, perbankan, hiburan, pelatihan kerja, transportasi, atau dokter hewan. Memang benar, model “persaingan sempurna” hanyalah teori abstrak yang diciptakan untuk membantu kita berpikir. Namun, dengan mengabaikan

keragaman dan kerumitan aktivitas perekonomian yang sebenarnya, model ini justru menyesatkan kita, dan bahkan menciptakan gagasan-gagasan yang teramat keliru. Model ini membuat banyak orang menyimpulkan bahwa, misalnya, memiliki lebih dari satu produsen untuk barang apa pun—mobil, bahan kimia, kapal, kertas, pakaian, atau lain sebagainya—adalah “mubazir”. Bagaimanapun juga, dengan adanya “keekonomian skala (*economies of scale*)”, satu perusahaan besar dapat memproduksi barang secara jauh lebih murah daripada banyak perusahaan kecil. Pada saat yang bersamaan, sistem distribusi dapat disatukan dan tidak perlu ada iklan-iklan yang kompetitif.

Namun, alih-alih menyebabkan duplikasi produk-produk identik yang “mubazir”, persaingan nyata justru memicu para wirausaha untuk menciptakan produk-produk yang *berbeda*. Mereka ingin memenangkan konsumen dari kompetitor dengan menawarkan produk yang tidak sama, tetapi lebih baik atau lebih murah, atau keduanya. Mereka ingin menciptakan produk yang menonjol di antara produk-produk yang serupa, yakni produk yang menangkap perhatian dan imajinasi konsumen sehingga mengubah pola berbelanja mereka. Dengan demikian, konsumen memiliki banyak sekali jenis produk untuk dipilih, dengan fitur yang bermacam-macam serta harga dan kualitas yang berbeda-beda pula. Tidak ada dua model mobil, komputer, atau kosmetik yang sama persis. Bahkan produk-produk yang tampak standar (seperti sabun, jus jeruk, atau hamburger) dibuat, dibentuk, dikemas, dan dipasarkan dengan banyak cara. Kita pun tidak mau memiliki pakaian, sepatu, jam tangan, atau gaya rambut yang sama dengan orang lain. Akan tetapi, sekali lagi, model “persaingan sempurna” mengesampingkan hal ini sehingga mengabaikan peran dan keutamaan kewirausahaan dalam menciptakan keragaman—dan, tentunya, dalam mendorong inovasi dan kemajuan manusia.

Dalam dunia nyata, pastinya terdapat banyak persaingan. Namun, wirausaha *tidak* ingin memberikan kita produk yang identik. Mereka berupaya mencari tahu produk-produk apa yang *lebih kita sukai*. Hal ini mengasah kecerdikan dan inovasi mereka untuk memberikan apa yang orang-orang inginkan. Dalam prosesnya, mereka membuat penemuan-penemuan baru, mengembangkan sistem-sistem baru, meningkatkan produktivitas, menambah nilai, serta mendorong kemajuan.

Itu semua adalah alasan-alasan penting mengapa kita perlu peduli tentang kewirausahaan, lalu mencoba memahami dan mendorongnya (Seth 2019).

# 3

## BERBAGAI PANDANGAN TENTANG KEWIRAUSAHAAN

### Struktur, peran, kepribadian

Sebagian besar orang membayangkan kewirausahaan sebagai salah satu dari tiga hal berikut: sebagai suatu jenis usaha tertentu, sebagai suatu pekerjaan spesifik, atau sebagai suatu pola pikir tersendiri yang dimiliki sejumlah orang (Klein dan Mariotti 2013). Pandangan-pandangan ini sangat menarik untuk ditelaah secara terperinci.

**Jenis usaha.** Sering kali, orang-orang menyamakan kewirausahaan dengan usaha *startup*. Sejumlah ekonom bahkan menggunakan jumlah *startup* baru sebagai indeks kewirausahaan suatu negara. Ini tidaklah tepat. Pertama, seperti yang telah kita lihat, sebuah *startup* bukan serta-merta merupakan usaha yang berkewirausahaan. Banyak kafe, studio tato, tempat servis sepeda, dan toko koran kecil dirintis setiap tahunnya, tetapi tempat-tempat tersebut sulit untuk disebut sebagai produk “kewirausahaan”. Kedua, seorang wirausaha tidak harus merintis usaha baru. Memang benar bahwa banyak wirausaha lebih memilih untuk mendirikan usahanya sendiri—dan dengan demikian, mereka dapat mewujudkan gagasan dengan cara mereka sendiri, mengembangkan inovasi tanpa harus mengikuti bos atau pemegang saham, dan (harapannya) meraup seluruh hasil kesuksesannya. Akan tetapi, kewirausahaan juga dapat hadir dalam perusahaan-perusahaan yang lebih tua dan mapan. Ford, misalnya, sedang mengembangkan aplikasi angkutan mobil bersama (*car sharing*) dan pelacakan parkir; Amazon sedang mengembangkan layanan web untuk negara-negara lain; IBM sedang menggodok ide AI sebagai layanan, alih-alih perangkat

keras atau lunak; Google sedang mengeksplorasi mobil swakemudi, penelitian ruang angkasa, dan banyak hal lainnya. Kenyataannya, perusahaan-perusahaan besar dapat mengembangkan inovasi kewirausahaan dengan sangat efektif karena mereka memiliki sumber daya dan ukuran untuk meningkatkan skalanya (*scaling up*), bahkan secara internasional.

Kewiraswastaan (*self-employment*) juga bukan merupakan indeks kewirausahaan yang baik (Henrekson dan Sanandaji 2014). Sekali lagi, banyak orang berpikir bahwa wiraswasta adalah “wirausaha” dan menganggap bahwa semua wirausaha adalah wiraswasta. Namun, keduanya tidak sepenuhnya benar. Tukang pipa atau pengemudi taksi wiraswasta biasanya tidak disebut sebagai “wirausaha”. Begitu pula dengan pemandu wisata, badut, desainer perhiasan, pelatih pribadi, jurnalis, tukang kebersihan, penata taman, penjaga hewan peliharaan, atau guru musik wiraswasta. Maka dari itu, jumlah wiraswasta bukanlah ukuran kewirausahaan yang baik.

Yang terjadi bisa saja malah kebalikannya: Global Entrepreneurship Monitor menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan berkorelasi *negatif* dengan kewiraswastaan.<sup>3</sup> Ada banyak alasan yang dapat menjelaskan korelasi negatif ini. Misalnya, tingkat kewiraswastaan yang tinggi di suatu negara bisa mengindikasikan bahwa tidak banyak orang memiliki insentif, dorongan, sumber daya, atau peluang untuk bekerja sebagai pedagang dan menciptakan usaha sendiri yang sukses dan berkembang. Bisa jadi juga bahwa para wiraswasta di negara tersebut tidak terpikir untuk mengembangkan usaha sendiri karena tidak mempunyai cukup modal. Infrastruktur yang buruk (contoh: komunikasi dan transportasi) dapat mempersulit pengembangan skala usaha hingga melebihi skala lokal. Mungkin juga regulasi yang berlaku untuk mempekerjakan orang terlalu sulit untuk dipenuhi. Beberapa negara termiskin mempunyai tingkat kewiraswastaan yang tinggi; tetapi hal tersebut hanya menunjukkan prevalensi pertanian subsisten atau usaha kerajinan skala rumah tangga—bukan kewirausahaan. Fakta tersebut didukung oleh statistik yang menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah wiraswasta dalam suatu negara, semakin sedikit jumlah miliardernya (Sanandaji dan Leeson 2013).

Banyak kebijakan publik buruk tercipta akibat pemahaman keliru bahwa kewirausahaan sama dengan *startup* atau kewiraswastaan (Henrekson dan Sanandaji 2008). Yang sebenarnya bisa dijadikan indikator yang lebih baik adalah

---

<sup>3</sup> Global Entrepreneurship Monitor (<https://www.gemconsortium.org>).  
London Business School: Global Entrepreneurship Research Association.

jumlah perusahaan *gazelle* (perusahaan muda yang berkembang pesat dengan omset besar dan pendapatan yang terus bertumbuh)<sup>4</sup> atau bahkan perusahaan unicorn (*startup* milik swasta dengan valuasi US\$1 miliar—tetapi, sesuai namanya, perusahaan kategori ini tergolong langka). Meski demikian, ukuran-ukuran ini pun berfokus hanya pada segelintir kesuksesan yang lahir dari proses kewirausahaan. Ukuran-ukuran ini juga mengerdilkan skala kewirausahaan karena mengabaikan jumlah aktivitas kewirausahaan yang terdapat pada perusahaan-perusahaan yang sudah mapan. Belum lagi banyaknya upaya kewirausahaan yang berakhir gagal, sebagaimana pada umumnya terjadi. Selain itu, ukuran-ukuran ini tidak dapat secara akurat membandingkan tingkat kewirausahaan antarnegara atau antarperiode. Hal ini disebabkan setiap negara memiliki hukum, regulasi, lembaga, infrastruktur, dan pasar modal yang berbeda-beda. Faktor-faktor tersebut dalam suatu negara bahkan dapat berubah seiring berjalannya waktu. Bisa jadi suatu periode atau negara memiliki banyak wirausaha, tetapi kemungkinan mereka untuk menjadi perusahaan *gazelle* atau unicorn akan tergantung pada banyak faktor lainnya.

**Pekerjaan.** Cara lain untuk mendefinisikan seorang wirausaha adalah sebagai pemilik dan manajer perusahaan kecil. Dengan kata lain, jumlah pemilik dan manajer dapat dijadikan ukuran jumlah wirausaha. Definisi ini setidaknya memberikan keyakinan bahwa wirausaha bekerja untuk mengatur dan mengelola sumber daya usaha. Pun juga benar bahwa sebagian besar dari wirausaha adalah pemilik dan manajer atau mitra usaha.

Namun, sekali lagi, definisi ini tampaknya masih terlalu luas: kita umumnya tidak menganggap pemilik dan manajer kafe kecil atau toko kelontong—yang tidak pernah berpikir untuk memperluas usahanya—sebagai wirausaha. Kita biasanya menganggap seseorang sebagai wirausaha jika ia memiliki dan mengelola usaha kecil yang juga berupaya memperbesar dan memperbaikinya dengan mengefisienkan produksi, mengembangkan pasar baru, dan mengelola pertumbuhan. Di samping itu, tidak semua wirausaha adalah pemilik dan manajer. Banyak dari mereka bisa jadi adalah karyawan perusahaan besar; bisa jadi juga mereka adalah orang-orang kreatif yang merekrut orang lain untuk mengelola usahanya.

Beberapa orang mendefinisikan wirausaha sebagai seseorang yang pekerjaannya menciptakan, memproduksi, dan memasarkan produk. Mereka

---

<sup>4</sup> Secara teknis, pendapatan sebesar US\$1 juta atau lebih dan pertumbuhan pendapatan sebesar 20 persen atau lebih dalam empat tahun.

membuat inovasi secara terus-menerus. Mereka bahkan bisa saja membuat usaha baru untuk setiap inovasinya. Merekalah yang kita sebut sebagai wirausaha berantai (*serial entrepreneurs*). Beberapa contohnya adalah Steve Jobs (Apple, NeXT, Pixar), Elon Musk (SpaceX, Tesla, SolarCity), Sir Richard Branson (Virgin Music, Virgin Atlantic, Virgin Rail), dan Sir James Dyson (pembersih vakum, penjernih udara, mesin cuci, pengering rambut, lampu). Namun, ada juga contoh-contoh lain. Salah satunya adalah Oprah Winfrey: terkenal karena acara bincang-bincang TV-nya di Amerika Serikat, ia mendirikan Harpo Productions, meluncurkan Oprah Winfrey Network, dan menjadi *co-founder* stasiun TV kabel Oxygen. Bagi banyak wirausaha serial yang sudah menjadi miliarder, keuntungan finansial sudah tidak penting lagi; mereka hanya terdorong untuk mencoba hal-hal baru.

**Pola pikir.** Kemudian, apakah kewirausahaan merupakan pola pikir yang membedakan wirausaha dari orang-orang lain? Ketika berbicara tentang wirausaha, sebagian besar orang berpikir tentang kreativitas, kepandaian dalam membuat inovasi dan mencari kebaruan, kepekaan terhadap peluang, tekad untuk mendisrupsi kondisi yang ada, identifikasi pribadi dengan usaha dan produk-produknya, dan komitmen sungguh-sungguh terhadap gaya, mutu, dan manajemen mereka. Selain itu, terdapat juga karakteristik-karakteristik krusial seperti kepercayaan diri, pengalaman, kemampuan melakukan dua pekerjaan atau lebih secara sekaligus, dan kemauan untuk mengambil risiko (Foss dan Klein 2010).

Tidak semua wirausaha memiliki sifat-sifat kepribadian tersebut, dan mereka pun tidak memiliki semuanya dalam taraf yang sama. Ada inovator dan pencari peluang yang brilian, tetapi mereka tidak bisa menjadi manajer yang baik. Ada juga manajer yang menginspirasi, tetapi mereka kurang lihai memahami pasar. Silicon Valley berisi banyak (i) “*nerds*” (seseorang yang menekuni suatu bidang) dan orang obsesif yang tidak mampu mengelola orang lain dan (ii) manajer-manajer kompeten yang tidak memahami produk dan pasarnya. Steve Jobs adalah contoh yang pertama, dan John Sculley yang sempat mendepak Steve Jobs dari Apple adalah contoh yang kedua.

Saya meyakini bahwa yang membedakan antara wirausaha sukses dan tidak sukses adalah murni ketekunan.

— Steve Jobs, *co-founder*, Apple

Masalah lainnya adalah sifat-sifat pola pikir ini sulit untuk diukur. Bagaimana bisa kita menilai “kepekaan” atau “kreativitas” atau “determinasi”? Hal-hal ini tidak banyak membantu untuk mengetahui seberapa besar kewirausahaan yang dimiliki, atau apakah suatu kebijakan publik mendorong atau menghambat kewirausahaan. Selain itu, fakta bahwa seseorang memiliki sifat-sifat tersebut tidak bisa menjadi indikator kesuksesannya sebagai wirausaha. Mereka bisa jadi memiliki ide-ide yang berani, imajinatif, dan kreatif, tetapi usahanya tidak bisa berkembang lebih dari tahap rintisan. Atau, bisa jadi perusahaan mereka cepat puas dengan kesuksesannya dan dapat disalip oleh orang-orang berani, imajinatif, dan kreatif lainnya (lihat, misalnya, McMaken 2014). Dalam ekonomi yang kompetitif, seorang wirausaha harus terus menyesuaikan diri agar dapat unggul.

## Ukuran perusahaan dan kewirausahaan

**Besar vs. kecil.** Ekonom politik Austria, Joseph Schumpeter (1883–1950), mulanya mengira bahwa perusahaan besar akan menciptakan inovasi kewirausahaan karena mereka memiliki modal, karyawan yang terampil dan kompeten, serta sistem pemasaran dan distribusi yang mendukung keberhasilan produk baru. Terang saja, ketika ia menulis (Schumpeter 1911), banyak teknologi industrial saat itu, seperti baja, tekstil, listrik, dan minyak memerlukan keekonomian skala yang hanya dapat dicapai oleh perusahaan-perusahaan besar.

Belakangan, Schumpeter menyimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan kecil dapat lebih fleksibel dan gesit sehingga bisa menjadi lebih berkewirausahaan daripada perusahaan-perusahaan besar. Ekonom Amerika, William Baumol (1922–2017), setuju dan berpendapat bahwa inovasi paling radikal dan disruptif berasal dari *startup*. Perusahaan besar juga dapat menjadi berkewirausahaan, tetapi mereka cenderung memproduksi inovasi secara bertahap, sedikit demi sedikit (Baumol 2002). Ada sejumlah alasan di balik hal tersebut. Perusahaan besar kebanyakan berfokus pada lini-lini produk yang telah ada sehingga mereka lebih berkonsentrasi memperbaiki produk dan prosesnya daripada menggantikannya dengan sesuatu yang sepenuhnya baru. Karena berkomitmen pada teknologi produksi yang ada, mereka kesulitan untuk menerapkan metode-metode baru. Masalah ini mempersulit wirausaha internal (*intrapreneur*) di perusahaan-perusahaan besar. Meski demikian, banyak wirausaha memulai karirnya dengan bekerja di suatu usaha besar. Di sana, mereka mempelajari industrinya secara

khusus, lalu melihat peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memulai usahanya sendiri.

**Faktor-faktor kompleks.** Akan tetapi, kenyataannya lebih rumit daripada yang dibayangkan. Mayoritas *startup* akan gagal. Menurut konsultan internasional Bain & Co. (Zook dan Allen 2016), hanya satu dari 17.000 perusahaan Amerika dapat berkembang hingga mencapai valuasi sebesar US\$500 juta. Sebaliknya, perusahaan-perusahaan mapan yang memanfaatkan usaha intinya mempunyai peluang 1:8 untuk mendirikan usaha baru berskala besar. Dengan kata lain, peluang keberhasilan perusahaan besar sekitar 2.000 kali lipat lebih tinggi daripada *startup*.

Kehidupan *startup* dipenuhi pasang surut—sebuah *roller coaster* penuh emosi yang takkan bisa Anda bayangkan jika Anda berkecimpung di dunia korporat seumur hidup.

— Harvey Mackay, pengusaha dan kolumnis Amerika

Sebagaimana telah disadari oleh Schumpeter (1939), karyawan perusahaan besar juga bisa menjadi wirausaha. Namun, perusahaan besar perlu memiliki strategi untuk menyokong mereka. Dari aktivitas sehari-hari, wirausaha internal perusahaan dapat memahami kebutuhan konsumen secara mendalam, dan mereka bisa jadi cukup gigih untuk menemukan dan mengembangkan produk baru; tetapi mereka masih memerlukan perusahaan untuk mendukung ide-ide mereka. Perusahaan besar harus bisa “fleksibel” dalam bereksplorasi (March 1991). Mereka harus menghubungkan proses manufaktur dan pemasaran dengan inovasi. Artinya, mereka perlu menyelaraskan struktur dan proyek dan pegawai. Selain itu, hal tersebut berarti bahwa mereka perlu menciptakan budaya yang menerima keberagaman ide dan eksperimen—tidak selalu mudah, mengingat bahwa perusahaan besar cenderung semakin sulit berubah.

**Kemitraan antara perusahaan besar dan kecil.** Menyadari hal tersebut, banyak perusahaan besar menjalin kemitraan dengan usaha-usaha yang lebih kecil. Beberapa mengadakan kompetisi inovasi bagi *startup* atau mahasiswa yang hampir lulus (Schaeffer, 2015). Dari situ, mereka dapat mengidentifikasi teknologi-teknologi masa mendatang serta menarik para inovator ke dalam lingkungan mereka. Inovasi-inovasi seperti teknologi awan (*cloud*) dan *big data*, misalnya, memiliki potensi

aplikasi yang tak terbatas sehingga penting untuk mengerahkan banyak orang dengan perspektif yang beragam guna memikirkan berbagai kemungkinan tersebut daripada jika hanya mengandalkan satu pendekatan korporat saja.

Namun demikian, mencoba-coba untuk mengidentifikasi inovator masa depan yang layak diberi modal sangatlah berisiko. Guna mengurangi risiko, perusahaan besar cenderung memilih cara lain dengan mencari perusahaan-perusahaan lebih kecil yang sudah mengembangkan dan siap memasarkan produk baru yang dapat meningkatkan atau melengkapi usaha mereka sendiri.

Beberapa perusahaan besar bertindak sebagai “akselerator” yang mempercepat pertumbuhan perusahaan-perusahaan wirausaha kecil dengan memberikan saran dan modal. Dari situ, perusahaan besar berpeluang untuk memperbarui proses atau penawaran produk mereka. Sebagai gantinya, mereka memberikan saran, modal, sistem pemasaran yang sudah mapan, dan pemahaman tentang konsumen yang mungkin lebih baik daripada pemahaman para inovator itu sendiri.

Banyak perusahaan besar juga mendukung “inkubator” yang menumbuhkan ide-ide disruptif. Harapannya adalah menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru untuk melengkapi atau memperbarui penawaran-penawaran mereka yang sudah ada. PSA Peugeot-Citroën, contohnya, melihat masa depan dengan menawarkan “solusi mobilitas”, tidak hanya sekadar membuat mobil, sehingga kini mereka mendorong pengembangan ide-ide baru demi mencapai visi tersebut. IBM juga ingin menjadi penyedia jasa kepada usaha, alih-alih sekadar memproduksi mesin. Kemitraan antara perusahaan besar dan kecil memungkinkan perusahaan besar untuk menyaring pengembangan-pengembangan baru serta memanfaatkan ide-ide yang lebih beragam—semua dengan biaya dan risiko yang jauh lebih kecil daripada jika harus mereka lakukan sendiri.

## Jenis-jenis wirausaha

**Individu dan kelompok.** Oleh karena itu, wirausaha tidak selalu merupakan pemilik dan manajer yang bekerja sendirian. Seperti yang telah kita lihat, mereka bisa jadi adalah “wirausaha internal” yang dipekerjakan oleh perusahaan besar; tetapi mereka juga bisa jadi adalah inovator dalam usaha-usaha kecil dan berkembang yang bekerja sama dengan perusahaan besar agar saling menguntungkan.

Wirausaha independen juga tidak selalu bekerja sendirian. Banyak dari mereka menjalin kerja sama, seperti Larry Page dan Sergey Brin dari Google, Steve

Jobs dan Steve Wozniak dari Apple, Bill Hewlett dan Dave Packard dari Hewlett-Packard, Ben Cohen dan Jerry Greenfield dari Ben & Jerry's, dan William Procter dan James Gamble dari Procter & Gamble. Dalam hubungan kemitraan ini, sang mitra mungkin memiliki keterampilan yang berbeda—tetapi saling melengkapi—untuk menutupi kekurangan satu sama lain, serta menjadi rekan yang kritis untuk menguji ide-ide. Dalam beberapa kasus lainnya, sejumlah individu bergabung dalam sebuah kelompok besar, kemudian mengembangkan suatu perusahaan. Bahkan, antara sesama perusahaan besar juga dapat membuat kemitraan kewirausahaan yang baru—seperti Apple yang bermitra dengan MasterCard untuk menelurkan konsep kewirausahaan baru, ApplePay.

**Inovator dan manajer.** Supaya berhasil, wirausaha perlu melakukan lebih dari sekadar mempunyai ide inovatif atau menemukan peluang pasar. Mereka harus mengubah visi menjadi kenyataan. Artinya, mereka tidak hanya harus memulai suatu perusahaan, tetapi juga mengarahkannya menuju keberhasilan—dan hal tersebut membutuhkan manajemen yang sangat baik. Setidaknya, seorang wirausaha perlu menggalang sumber daya, seperti karyawan dan modal, untuk kemudian memobilisasi sumber daya tersebut demi mewujudkan visi perusahaan.

Seorang wirausaha bisa juga merekrut orang lain dengan keterampilan manajemen dan mempercayakan mereka untuk mengelola hal-hal yang lebih terperinci—seperti mendaftarkan perusahaan, memperoleh izin, mematuhi peraturan, mengkaji pasar, atau bernegosiasi dengan pemodal, pemilik lahan, dan staf. Namun, tetap saja mereka harus memberi arahan kepada manajer tersebut, mengelola investasinya, menghimpun sumber daya, dan memahami pasar yang ingin dijajaki. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seorang wirausaha juga harus menjadi seorang manajer.

**Wirausaha nonkomersial.** Para ekonom secara natural cenderung menggambarkan wirausaha dan kewirausahaan dalam latar bisnis, perdagangan, atau komersial. Tentu saja, ada yang berpendapat bahwa meraih keuntungan finansial merupakan bagian penting dari definisi kewirausahaan.

Namun, kewirausahaan bisa juga ditemukan dalam konteks nonkomersial. Kita berbicara tentang “wirausaha sosial” yang mencari solusi atas permasalahan sosial, budaya, dan lingkungan, bukan serta-merta untuk keuntungan pribadi. Sebagai contoh, mereka bisa saja mengembangkan cara untuk memberantas

kemiskinan dengan membuat dan menyediakan bank makanan, atau menciptakan bentuk perumahan baru berbiaya rendah, atau menemukan metode baru untuk meningkatkan akses terhadap pelayanan kesehatan dan pendidikan. Mereka dapat mengembangkan sistem baru untuk menghimpun dana demi suatu tujuan mulia, atau membantu para filantropis mengarahkan donasinya secara lebih efektif. Bahkan, ada juga “wirausaha akademis” yang menciptakan bidang-bidang penelitian baru, dan “wirausaha kebijakan” yang menyuntikkan ide-ide baru ke dalam perdebatan publik untuk melayani kepentingan umum di atas kepentingan pribadi.

Kewirausahaan yang nonkomersial juga tidak hanya terbatas pada kegiatan filantropis. Orang-orang yang membuat skema cerdas untuk mengakali peraturan perpajakan juga bisa kita sebut sebagai “wirausaha”—meski tidak bisa kita sebut sebagai kewirausahaan yang patut dikagumi. Yang jelas, dalam definisi sehari-hari, bisa dipahami bahwa “kewirausahaan” secara umum dapat ditemui di sekitar kita.

## **Wirausaha adalah orang-orang yang tidak biasa**

Bagi sebagian besar ekonom, kewirausahaan adalah hal yang sangat langka. Kelangkaan ini tentu dapat dipahami, mengingat berbagai hal yang harus dihadapi oleh wirausaha komersial. Mereka dihadapkan dengan pilihan-pilihan rumit untuk mencari apa yang harus diproduksi dan bagaimana cara memproduksinya. Tidak semua orang memiliki kualitas yang dibutuhkan untuk berhasil sebagai wirausaha.

**Orientasi kewirausahaan.** Gagasan kewirausahaan mengimplikasikan adanya peralihan dari produk-produk dan cara-cara yang sudah ada. Kewirausahaan tidak hanya membutuhkan inovasi, tetapi juga pengelolaan sumber daya. Karena wirausaha tidak begitu saja mengikuti pasar, mereka tidak bisa meniru orang lain begitu saja—mereka harus menciptakan struktur-struktur baru sendiri. Tanpa dapat dihindari, mereka mengambil risiko: Apakah struktur mereka akan berhasil? Dan apakah produk mereka akan mampu menarik konsumen? Para ekonom menyebut kecenderungan individu untuk melakukan (i) aksi inovatif, (ii) sifat proaktif, dan (iii) tindakan mengambil risiko sebagai *orientasi kewirausahaan* (Miller 1983). Seorang wirausaha memerlukan ketiganya. Sebuah perusahaan yang mengambil risiko dengan mengambil banyak pinjaman tetapi tidak menciptakan produk baru apa pun tidak selayaknya disebut sebagai “wirausaha”. Begitu pula dengan perusahaan yang hanya meniru ide lain, alih-alih menciptakan produk atau teknologi yang inovatif.

**Proses kewirausahaan.** Mempertimbangkan hal-hal tersebut, sejumlah ekonom memandang kewirausahaan sebagai sebuah *proses*—yang melibatkan bukan hanya sekadar pilihan-pilihan rumit, melainkan juga pilihan-pilihan rumit yang harus dilakukan dengan benar supaya sang wirausaha dapat berhasil. Kewirausahaan dimulai dengan *menyadari* lalu *menemukan peluang* yang ada (misalnya, peluang yang muncul dari perubahan teknologi, sosial, regulasi, atau pasar); kemudian *memutuskan* apakah peluang tersebut layak untuk diambil; *membuat spekulasi* tentang keadaan pasar dan permintaan konsumen di masa mendatang; dengan tenang *menilai risiko* serta *mengevaluasi* apakah biaya mengambil peluang tersebut akan sebanding (contoh: waktu, pikiran dan tenaga, dan uang). Prosesnya dilanjutkan dengan *mengembangkan* produk dan proses terbaik untuk digunakan; *mengidentifikasi, memperoleh, dan merakit* sumber-sumber daya yang dibutuhkan; *menciptakan dan meluncurkan* usaha baru; *memfokuskan* sumber-sumber daya tersebut untuk mewujudkan visi; *mendesain produk*; dan *melakukan pemasaran*. Wirausaha independen harus mencapai *keberhasilan awal* dan *bertumpu* pada keberhasilan itu; *mengembangkan skala* perusahaan dan *mengelola pertumbuhan*. Setiap wirausaha harus *merespons perubahan-perubahan* pada hasil, pasar, kondisi permintaan dan penawaran, pajak, regulasi dan kelembagaan; *memeriksa* di setiap tahap bahwa sumber daya yang dimiliki diinvestasikan dan diatur dengan baik; dan banyak lagi. Itu semua tidaklah cepat dan mudah, dan keterampilan untuk menguasai semua tahapan tersebut bukanlah keterampilan yang umum.

Mungkin, itulah mengapa hanya 1–2 persen pekerja memulai usaha sendiri—dan mengapa sebagian besar dari mereka gagal. Kendati demikian, mereka yang meraih keberhasilan sebagai wirausaha adalah orang-orang yang penting bagi kita semua. Mereka meningkatkan daya saing dan produktivitas seluruh perekonomian. Mereka memacu pertumbuhan dengan mengembangkan teknologi baru serta produk-produk yang lebih baik dan terjangkau. Mereka menantang para pemasok yang sudah ada untuk membentuk atau meninggalkan pasar. Dengan lebih banyak perusahaan baru yang produktif dan lebih sedikit perusahaan yang kurang produktif, bauran perusahaan yang ada secara keseluruhan bisa menjadi lebih produktif dan sesuai dengan realitas pasar. Peningkatan produktivitas dan fokus inilah yang kemudian meningkatkan kemakmuran semua orang.

## Cendekiawan kewirausahaan

Lalu, apa yang mendorong seseorang untuk mempertaruhkan waktu, tenaga, dan uangnya demi hasil yang tidak pasti dalam proses kewirausahaan yang panjang dan kompleks? Jawaban mudahnya adalah keuntungan finansial. Namun, kenyataannya tidak selalu demikian. Sebagian wirausaha “gaya hidup” (*lifestyle entrepreneurs*) hanya ingin menjadi bos bagi dirinya sendiri dan mencintai kebebasan sebagai wirausaha. Sebagian lainnya hanya menyukai sensasi ketika memulai usaha baru dan membuktikan apakah dugaannya benar.

**Kepribadian.** Cendekiawan kewirausahaan tampaknya lebih berfokus pada peluang daripada risiko. Faktanya, wirausaha dan calon wirausaha bahkan terkadang *terlalu* optimistis: Global Entrepreneurship Monitor melaporkan bahwa dua perlima (40 persen) orang Amerika berpikir memulai usaha adalah sesuatu yang mudah, dan hampir separuh (49 persen) yakin mereka sendiri mampu menjalankan usaha (Bosma dan Kelley 2019). Melihat tingginya tingkat kegagalan usaha-usaha baru, tampaknya mereka salah kira.

Kreativitas merupakan hal penting, tetapi wirausaha yang sukses juga memiliki etos kerja, motivasi, dan ambisi yang kuat. Banyak wirausaha mempunyai kepercayaan diri, energi, dan kemampuan kepemimpinan yang kuat. Mereka cenderung adaptif, resilien, dan dapat menghadapi kegagalan serta tekanan. Menurut seorang ekonom Amerika, Deirdre McCloskey (1942–), mereka juga membutuhkan keterampilan sosial yang baik, seperti kemampuan untuk meyakinkan dan menumbuhkan kepercayaan pihak lain, seperti pemasok, investor, rekan kerja, dan konsumen (McCloskey 1994; lihat juga McCloskey dan Klamer 1995).

**Warisan.** Mayoritas wirausaha adalah orang-orang berdikari (sukses dari usahanya sendiri). Bahkan di Inggris yang menganggap kelas sosial dan warisan sebagai sumber kekayaan—lebih dari negara lain pada umumnya—*Rich List* (Daftar Orang-Orang Kaya) yang dipublikasikan secara tahunan oleh surat kabar *Sunday Times* mengungkapkan bahwa sekitar 95 persen dari 1.000 pengusaha di Inggris adalah pengusaha berdikari. Secara internasional, *Billionaire Census* (Sensus Miliarder) tahunan yang dikompilasi oleh perusahaan riset pasar Wealth-X menunjukkan bahwa kurang dari satu dari tujuh (13 persen) miliarder dunia memperoleh kekayaannya dari warisan, sementara lebih dari separuh (56 persen) memperolehnya dari usaha sendiri. Banyak wirausaha lainnya mewarisi usaha kecil milik keluarga,

tetapi mereka kemudian merombak usaha tersebut sepenuhnya.<sup>5</sup> Daftar miliarder tahunan dari *Forbes* melaporkan angka yang kurang lebih sama.

**Keuntungan finansial.** Keuntungan finansial tampaknya merupakan faktor pendorong kewirausahaan yang lebih signifikan dalam teori para ekonom daripada di benak wirausaha. Faktanya, sebagian besar wirausaha mengatakan bahwa pertimbangan utama mereka untuk berwirausaha bukanlah uang, tetapi mereka mencintai apa yang mereka lakukan. Bagi banyak orang, keuntungan sudah lebih dari sekadar tanda kesuksesan pribadi atau posisi sosial. Banyak wirausaha hebat (*super-entrepreneurs*) sudah memiliki banyak uang, tetapi masih aktif dan antusias membuat produk serta mengembangkan inisiatif baru. Bagi mereka, kewirausahaan lebih menyerupai permainan daripada upaya mengejar keuntungan finansial, dan sensasi serta kepuasan dari keberhasilan itulah yang menjadi capaiannya.

**Pendidikan.** Keberhasilan seorang wirausaha juga tergantung dari pengetahuan dan pemahamannya—terkait teknologi, pasar, lembaga, dan orang-orang. Kreativitas, inovasi, dan manajemen membutuhkan kecakapan intelektual yang didasarkan pada fakta dan pengalaman. Oleh karena itu, pendidikan bisa menjadi faktor yang positif dalam mendorong kewirausahaan dan membantu wirausaha meraih kesuksesan.

Statistik menunjukkan bahwa wirausaha hebat memiliki latar pendidikan yang baik, dengan gelar yang lebih tinggi daripada orang-orang pada umumnya; di Amerika, mereka lima kali lebih besar kemungkinannya memiliki gelar doktor daripada penduduk lainnya, dan fakta ini mungkin menjelaskan alasan di balik lahirnya industri-industri teknologi berbasis pengetahuan di Silicon Valley dan bagian Amerika lainnya. Hanya sepertiga (33 persen) dari pemilik usaha kecil di Amerika tidak memiliki latar belakang pendidikan tinggi sama sekali (Sanandaji dan Sanandaji 2014).

**Pengalaman.** Walaupun begitu, pengalaman terkadang lebih berpengaruh daripada pendidikan formal. Kurang dari sepersepuluh (9 persen) pemilik usaha kecil di Amerika memiliki gelar bisnis, dan banyak wirausaha hebat dulunya memutuskan untuk keluar dari universitas (misalnya, Mark Zuckerberg dari

---

<sup>5</sup> Sensus miliarder Wealth-X 2019.

Facebook, perancang busana Ralph Lauren, wirausaha bidang komputer Michael Dell, *founder* Microsoft Bill Gates, *co-founder* Apple Steve Jobs, dan *co-founder* Uber Travis Kalanick). Satu dari delapan miliarder pada daftar *Forbes* pun keluar dari universitas. Yang lainnya bahkan tidak pernah masuk universitas sama sekali (misalnya, inventor Sir Clive Sinclair, perancang Coco Chanel, wirausaha serial Sir Richard Branson, dan *founder* IKEA Ingvar Kampgrad).

Ada sebuah alasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini. Beberapa wirausaha hebat cukup belajar di universitas hingga mereka memperoleh ide bagus yang dapat menghasilkan keuntungan. Namun, orang-orang yang benar-benar lulus dari universitas cenderung lebih enggan mengambil risiko. Memiliki kemampuan akademis tidak sama dengan memiliki gagasan dan menjalankan perusahaan, dan bahkan yang terjadi bisa sebaliknya: akademisi biasanya tidak menjadi wirausaha (meski ada beberapa yang demikian). Sebaliknya, wirausaha-wirausaha yang paling sukses adalah mereka yang memiliki banyak pengalaman hidup; di Amerika, lebih dari separuh (60 persen) wirausaha berusia di atas 40 tahun, dan banyak dari mereka telah melewati berbagai kesulitan, seperti kegagalan bisnis atau perceraian. (Tentu, setidaknya pasti ada pemodal ventura Inggris yang meyakini bahwa perceraian—tidak lebih dari satu perceraian—adalah ukuran yang baik apakah seorang *founder* akan berhasil secara komersial.)

## **Faktor-faktor sosiologis**

Banyak analis berpendapat bahwa faktor-faktor sosiologis, termasuk budaya, agama, dan demografi dapat mendorong kewirausahaan. Misalnya, suatu kelompok masyarakat yang menjunjung tinggi perilaku menolong diri sendiri (*self-help*), sifat kerja keras, aspirasi, dan keberanian dapat melahirkan lebih banyak wirausaha daripada kelompok lainnya. Demikian juga, kelompok masyarakat yang menghargai kemenangan atau memotivasi orang supaya berhasil dapat mendorong wirausaha yang potensial untuk menjadi yang terbaik. Sementara itu, kelompok masyarakat yang tidak takut akan perubahan dan justru melihat peluang di dalamnya—alih-alih ancaman—dapat mendorong (atau setidaknya tidak menolak) perubahan radikal yang dibawa oleh wirausaha.

**Nilai.** Prinsip-prinsip moral bersama, seperti kejujuran, naluri keadilan, dan rasa hormat terhadap hak kepemilikan juga bisa mendorong kewirausahaan. Nilai-nilai

keluarga pun dapat membantu: keluarga yang solid dapat memberikan uluran tangan yang dibutuhkan oleh wirausaha dalam menjalankan usaha yang berisiko. Nilai-nilai religius juga bisa berperan secara signifikan. Sosiologis Jerman, Max Weber (1864–1920), percaya bahwa negara-negara Protestan di Eropa bagian utara lebih berhasil secara ekonomi karena mereka mempraktikkan nilai-nilai religius: meski kehidupan setelah mati sangat penting, ajaran mereka mengatakan bahwa mereka dapat membantu orang lain dan melakukan kebajikan dengan bekerja dan memanfaatkan sumber daya di dunia untuk hal-hal bermanfaat (Weber 1905).

**Migrasi.** Kelompok-kelompok minoritas sering kali melahirkan wirausaha hebat. Di Inggris, misalnya, sepertujuh (14 persen) wirausaha *startup* adalah kelahiran asing, dan sekitar separuh (49 persen) usaha-usaha baru yang berkembang pesat memiliki setidaknya satu *co-founder* kelahiran asing (Dumitriu dan Stewart 2019). Di Amerika pun, banyak wirausaha berasal dari kelompok imigran. Sebuah studi dari 2016 menemukan bahwa lebih dari separuh *startup* Amerika dengan valuasi sebesar US\$1 miliar atau lebih dicetuskan oleh *founder* imigran (Anderson 2016).

Banyak teori berusaha menjelaskan fenomena ini. Sebagian pengamat berpendapat bahwa kelompok minoritas merasa perlu membuktikan diri sehingga hal tersebut mendorong mereka untuk meraih kesuksesan. Sebagian lainnya mengatakan bahwa fenomena ini disebabkan oleh adanya “perbatasan budaya (*cultural frontier*)”—bahwa imigran memiliki gagasan-gagasan yang berbeda dan dapat mengenali berbagai peluang yang mungkin dilewatkan oleh masyarakat lokal.

# 4

## PERAN EKONOMI KEWIRAUSAHAAN

Sejauh ini, kita telah melihat kewirausahaan dari perspektif orang awam pada umumnya. Akan tetapi, para ekonom melihat kewirausahaan dari perspektif yang berbeda dan memiliki pandangan sendiri terkait peran *ekonomi* yang sesungguhnya dari kewirausahaan.

### **Ekonomi dan ketidakpastian**

Seperti yang telah dibahas, buku-buku teks ekonomi arus utama tidak banyak menyinggung soal kewirausahaan. Alasan utama di balik ini mungkin adalah para ekonom—berkaca dari kesuksesan ilmu alam—cenderung menerangkan ekonomi layaknya ilmu alam, seperti fisika dan mekanika. Alhasil, mereka menggambarkan kegiatan ekonomi sebagai interaksi antara gaya-gaya impersonal; mereka mencoba menjelaskan, mengukur, serta memprediksi hasil menggunakan ukuran-ukuran numeris, korelasi, grafik, dan rumus.

Pada kenyataannya, ekonomi tidaklah seperti itu. Bahkan, investor yang sudah ahli pun tidak dapat memprediksi harga saham harian atau kurs mingguan secara akurat. Begitu pula dengan bank sentral dengan segala sumber daya yang mereka miliki; mereka tidak bisa memprediksi pertumbuhan ekonomi kuartal berikutnya secara akurat. Hal-hal tersebut mustahil dilakukan karena ekonomi bukanlah suatu mekanisme impersonal. Ekonomi merupakan hasil kompleks dari berbagai tujuan personal yang tidak diketahui dan tindakan beraneka ragam

individu yang tak terhitung jumlahnya. Masing-masing menghadapi kondisi yang berbeda dan terus-menerus berubah. Ekonomi juga dipengaruhi oleh keadaan alam serta hal-hal lain yang tidak dapat kita antisipasi dengan pasti—misalnya, tsunami dan kekeringan, atau penemuan dan suatu kebetulan.

Karena pasar senantiasa mengalami perubahan, dan kita tidak sepenuhnya memahami apa yang menggerakkannya, mereka yang aktif di pasar, seperti wirausaha, tidak dapat melakukan apa-apa selain bertindak berdasarkan perkiraan terbaik. Seperti yang dinyatakan oleh ekonom dari Chicago, Frank Knight (1885–1972), pemain pasar harus mengarungi risiko maupun ketidakpastian (Knight 1921). *Risiko* adalah ketika kita dapat mengukur *kemungkinan (probabilitas)* kejadian-kejadian tertentu (misalnya, seorang operator kasino dapat menghitung potensi keuntungan jangka panjang dari rolet dan bahkan meja *blackjack*, jika berpengalaman). *Ketidakpastian* adalah ketika kita tidak mempunyai informasi untuk dijadikan dasar prediksi (misalnya, bahwa perubahan kondisi politik atau sikap moral akan melarang keberadaan bisnis kasino). Wirausaha harus membuat perkiraan terbaik tentang masa depan, dan mereka bisa jadi memiliki pendapat yang berbeda-beda tentang gagasan mana yang akan berhasil.

Berangkat dari pemahaman ini, sejumlah ekonom memandang wirausaha pada dasarnya sebagai orang-orang yang *mengarahkan sumber daya* dalam menghadapi *risiko dan ketidakpastian*. Sebagian lainnya menekankan bahwa wirausaha bertanggung jawab atas segala *risiko dan keuntungan* dari upaya mereka untuk mewujudkan visi di masa depan. Sementara itu, ada juga ekonom yang menggarisbawahi sifat *disruptif* dari wirausaha karena inovasi-inovasi mereka mengubah tatanan yang telah ada. Beberapa ekonom lainnya malah melihat wirausaha sebagai orang-orang yang *peka terhadap peluang* dan mengisi kesenjangan sehingga justru *mengembalikan* tatanan (Klein 2009; Vaz-Curado dan Mueller 2019). Berbagai interpretasi tersebut layak kita tilik kembali, dimulai dari pendekatan dari buku-buku teks.

## Model buku teks

Konsep “persaingan sempurna” dan “ekuilibrium” (yakni, ketika pasar mencapai keseimbangan sempurna) mengabaikan inovasi dan perubahan. Dalam dua model mekanis tersebut, tidak ada yang namanya motivasi manusia, kebutuhan akan produk atau proses baru, penjelasan tentang alasan di balik pendirian maupun

kegagalan perusahaan baru, terlebih lagi tujuan kewirausahaan. Setiap disrupsi dalam permintaan ataupun penawaran akan mengalami perbaikan dengan sendirinya: semuanya segera kembali normal dan seimbang secara otomatis.

Namun, seperti kata ekonom Austria-Amerika, Ludwig von Mises (1881–1973), tidak ada alasan untuk mempercayai konsep tersebut (Mises 1951). Manusia membuat kesalahan dan bertindak berdasarkan prediksi-prediksi yang bisa jadi ternyata salah. Akibatnya, pasar tidak pernah sempurna dan tidak mengalami perbaikan dengan sendirinya. Di samping itu, diperlukan waktu dan aksi kewirausahaan untuk menutup kesenjangan, memperbaiki ketidakcocokan, dan mengoreksi ketidakseimbangan. Bahkan sebelum itu semua tercapai, hal-hal sudah berubah lagi, dan kesenjangan dan ketidakcocokan pun akan muncul lebih banyak.

Seandainya pasar bersifat sempurna, tidak akan ada lagi yang bisa dilakukan oleh wirausaha (atau siapa pun). Karena tidak ada yang bisa memperbaiki sesuatu yang sudah sempurna, untuk apa bertindak? Kenyataan bahwa pasar bersifat tidak sempurnalah yang memotivasi orang untuk mengambil aksi, yaitu dengan harapan untuk memperbaiki kehidupan. Wirausaha melakukan ini melalui berbagai cara: menemukan ketidakcocokan dalam penawaran dan permintaan; menciptakan teknologi dan produk yang baru dan lebih baik; serta mengambil risiko dan mengelola sumber daya demi mencapai tujuan tersebut. Hal ini mengharuskan mereka untuk secara aktif dan bijak mengatur tenaga kerja dan modal, mengelola produksi, dan memasarkan produk berdasarkan penilaian mereka terhadap masa depan yang tidak pasti.

Selain itu, input-input yang mereka kombinasikan pun tidaklah sederhana. Tidak ada petak lahan yang identik, tidak ada karyawan yang memiliki keterampilan yang sama persis, dan tidak ada alat modal yang dapat sepenuhnya digantikan oleh yang lainnya. Keragaman ini diabaikan oleh buku-buku teks—yang berbicara tentang “stok” tenaga kerja dan modal seakan-akan semua tukang pipa, petani, dan balerina, atau semua truk, mesin cetak, dan komputer adalah sama. Fakta bahwa hal-hal tersebut tidak ada yang sama persis menjadikan pengelolaan sumber daya sesuatu yang kompleks dan berisiko. Ditambah lagi, wirausaha harus mengorbankan waktu, tenaga, dan keterampilan “modal manusia” (*human capital*) mereka sendiri, dan mereka masih perlu meyakinkan orang lain untuk percaya dan bergabung bersama mereka.

Sebagian besar orang tidak bisa memprediksi masa depan dengan benar, akan menghadapi kesulitan dalam mengelola sumber daya, atau tidak mampu

memberikan arahan kepada orang lain. Akhirnya, usaha mereka akan gagal. Namun, kegagalan tersebut tetap akan memberikan pelajaran yang bermanfaat bagi diri mereka sendiri dan orang lain, sedangkan keberhasilan yang diraih akan meningkatkan kesejahteraan seluruh populasi. Sebabnya, dalam ekonomi yang terbuka dan kompetitif, satu-satunya sumber keuntungan finansial adalah konsumen yang dengan sukarela mengeluarkan uang untuk sesuatu yang lebih mereka hargai—yakni, produk buatan sang wirausaha. Lagipula, wirausaha dan konsumen tidak akan bertransaksi kecuali keduanya merasa sama-sama diuntungkan. Semakin luas transaksi bebas yang dilakukan, semakin banyak nilai yang tercipta dan tersebar dalam suatu masyarakat—dan hal ini telah dikemukakan oleh ekonom Skotlandia, Adam Smith (1723–90), 250 tahun yang lalu (Smith [1776] 1981).

Anda tidak belajar berjalan dengan mengikuti aturan. Anda belajar dengan mencoba dan terjatuh-jatuh.

— Sir Richard Branson, *founder*, Virgin Group

## **Wirausaha sebagai disruptor kreatif**

Gagasan wirausaha sebagai *inovator* dan *disruptor* utamanya dikaitkan dengan Joseph Schumpeter. Baginya, peran kunci dari wirausaha adalah membuat inovasi. Inovasi tidak berarti hanya menciptakan atau menemukan hal-hal baru, tetapi juga memiliki *ide-ide bisnis* dan membentuk *perusahaan inovatif yang berfokus pada pertumbuhan*. Proses itu dapat meliputi kombinasi baru berbagai sumber daya untuk melahirkan teknologi atau produk yang baru dan lebih baik. Atau menemukan dan mengambil tindakan berdasarkan informasi baru yang memungkinkan penciptaan produk baru. Atau membuka pasar atau sumber pasokan baru. Masing-masing dari hal tersebut mengimplikasikan bahwa wirausaha meninggalkan cara berpikir yang lazim dan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dengan kata lain: memiliki mimpi dan kemampuan untuk mewujudkannya.

Dari pemikiran tersebut, Schumpeter memandang kewirausahaan dan inovasinya sebagai kekuatan disruptif. Inovasi konstan membawa disrupsi yang konstan juga, tetapi disrupsi tersebut penting bagi kemajuan perekonomian. Inovasi tidak hanya memperluas variasi dan kualitas produk yang tersedia bagi konsumen, tetapi juga menginspirasi lahirnya metode produksi dan industri

yang sepenuhnya baru, atau bahkan klaster-klaster industri. Berbagai metode dan produk baru tersebut pun menjadi sumber daya yang dapat dimanfaatkan oleh wirausaha lain di masa mendatang untuk membuat produk lain yang lagi—seperti inovasi keping mikro (*microchip*) yang digunakan produsen komputer, dan komputer yang dipakai untuk pengembangan mobil swakemudi.

Hal penting yang perlu dipahami adalah bahwa, dalam menghadapi kapitalisme, kita menghadapi proses evolusi.

— Joseph A. Schumpeter,

*Capitalism, Socialism and Democracy*

**Disrupsi kreatif.** Menurut Schumpeter, seiring dengan semakin banyaknya pionir inovasi yang ditiru, metode dan produk baru pun akan menyebar. Karena tidak mampu bersaing, industri lama akan terbenam, dan pekerjaan lama pun akan ditinggalkan. Namun, hal ini ada manfaatnya: tenaga kerja dan sumber daya lainnya yang tersedia dapat difokuskan kembali untuk menciptakan produk dan proses yang bernilai lebih tinggi. Schumpeter menyebut proses ini sebagai “destruksi kreatif”.

Frasa tersebut kurang tepat karena fokusnya terdapat pada “destruksi” dan menyiratkan bahwa kapitalisme dan kewirausahaan merupakan ancaman bagi lapangan kerja. Mungkin, “disrupsi kreatif” adalah istilah yang lebih baik. Akan tetapi, Schumpeter ingin menekankan pada dinamika inovasi kewirausahaan yang mengalihkan sumber daya ke arah pemanfaatan yang lebih produktif—berbeda dari konsep buku teks yang mengatakan bahwa pasar bersifat stabil dan seimbang secara alami.

Meski disruptif, perubahan kewirausahaan sejatinya jarang bersifat destruktif, kecuali dalam kasung-kasus perubahan radikal ketika teknologi baru secara seketika melenyapkan industri lama—misalnya, peta daring menggantikan atlas cetak, fotografi digital menggantikan film, atau aplikasi pengolah data menggantikan mesin tik. Dalam sebagian besar kasus, transisinya berjalan lebih lambat, dan para produsen memiliki waktu untuk menyesuaikan diri. Sebagai contoh, kendaraan bermotor menggantikan kendaraan yang ditarik kuda secara perlahan dari waktu ke waktu karena inovasi ini menjadi suatu kemewahan yang mahal—setidaknya hingga Henry Ford berinovasi dengan membuat proses produksi massal sehingga kendaraan bermotor menjadi lebih murah. Tentu saja,

lanskap industri di banyak negara diwarnai oleh tambang, pabrik, dan pelabuhan yang terabaikan akibat “destruksi” yang melekat pada konsep “destruksi kreatif” gagasan Schumpeter. Meski begitu, manfaat kreatif dari kemajuan ekonomi harus mengimbangi kerugian tersebut. Tidak ada siapa pun yang ingin menghentikan inovasi yang membawa kekayaan dan kenyamanan, lalu kembali ke kehidupan yang mengharuskan kita bersusah payah mencari makanan, air, dan bahan bakar.

## Wirausaha sebagai penemu

Konsep lain terkait peran ekonomi dari wirausaha—yang mungkin bertentangan—berasal dari ekonom Anglo-Amerika terkemuka, yakni Israel Kirzner (1930–). Bagi Kirzner, kewirausahaan berarti *peka* terhadap peluang keuntungan yang belum tersentuh dan berupaya meraih keuntungan tersebut. Wirausaha yang peka akan melihat kesenjangan dan ketidakcocokan yang mungkin tidak dilihat orang lain—bisa jadi permintaan yang belum terpenuhi atau harga yang tidak mencerminkan kondisi pasar yang sesungguhnya—kemudian memperoleh keuntungan dengan mengambil tindakan berdasarkan penemuan tersebut (Kirzner 1973).

Bagi wirausaha, perubahan adalah norma dan sesuatu yang sehat. Biasanya, mereka tidak membuat perubahan itu sendiri. Namun—dan inilah yang mendefinisikan wirausaha dan kewirausahaan—wirausaha selalu mencari perubahan, meresponsnya, dan memanfaatkannya sebagai sebuah peluang.

— Peter F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*

Jenis kewirausahaan ini lebih lazim daripada disruptor kreatif menurut Schumpeter. Kewirausahaan ini tidak bergantung kepada segelintir orang dengan gagasan jenius yang inovatif. Pastinya, kita semua mencari peluang—misalnya, mencari pekerjaan yang lebih baik atau mengambil kursus pelatihan agar lebih siap kerja. Kita pun tidak perlu menjadi sangat peka: terkadang, kita adalah orang yang tepat di tempat yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang muncul: kita hanya perlu mengambil peluang tersebut (dan, tentu saja, memutuskan untuk berkomitmen). Wirausaha menurut konsep Kirzner utamanya adalah orang yang menemukan peluang, tetapi juga membuat keputusan.

**Wirausaha dan koordinasi.** Alih-alih mendisrupsi pasar, wirausaha jenis ini adalah seseorang yang mengembalikan tatanan. Pada umumnya, pasar bekerja dengan baik, tetapi tidak pernah sempurna dan kesalahan pasti ada. Bisa jadi ada kesenjangan dalam pemahaman orang-orang terkait potensi teknologi baru, atau kebingungan tentang kondisi penawaran dan permintaan yang sebenarnya, sehingga timbul ketidaksinkronan. Wirausaha menurut konsep Kirzner melihat kesenjangan dan ketidakcocokan bukan sebagai masalah, melainkan peluang keuntungan. Dan dalam mengejar keuntungan itu, wirausaha membantu menutup kesenjangan. Misalnya, wirausaha melihat adanya ketidakcocokan antara harga pasar dan kondisi penawaran dan permintaan yang sesungguhnya, kemudian membeli barang-barang yang dianggap lebih murah daripada yang seharusnya atau menjual barang-barang yang dianggap lebih mahal daripada yang seharusnya—seperti yang dilakukan pialang saham dan manajer aset sehari-hari. Motif mereka adalah membuat keuntungan finansial, tetapi aksi mereka juga menaikkan harga barang-barang yang memiliki nilai lebih rendah daripada yang seharusnya, serta sebaliknya. Hal ini menyebabkan harga kembali seimbang—terlebih ketika orang lain melihat apa yang mereka lakukan lalu menirunya.

Dengan demikian, Kirzner melihat wirausaha sebagai seseorang yang mendorong koordinasi antarsumber daya ekonomi, bukan seseorang yang mendisrupsi keadaan. Baginya, bilamana pasar mengalami ketidakseimbangan, hal tersebut disebabkan oleh pemain-pemain pasar yang mengabaikan sesuatu atau tidak menemukan peluang untuk mengoreksi ketidaksesuaian. Namun, kepekaan dan aksi wirausaha menyebarkan kesadaran tentang keadaan yang sesungguhnya. Karena mereka (dan orang-orang yang meniru mereka) mendorong kenaikan atau penurunan harga, sumber daya diarahkan menuju pemanfaatan yang lebih bernilai dan dialihkan dari yang kurang bernilai.

## **Wirausaha sebagai pengolah informasi**

Namun, bukan berarti bahwa membeli di harga rendah dan menjual di harga tinggi adalah sesuatu yang mudah. Wirausaha tidak bisa memahami segalanya di masa kini, dan masa depan pun lebih dipenuhi ketidakpastian. Selain itu, dibutuhkan waktu agar suatu produk dapat dirancang, dibuat, dan dipasarkan; maka dari itu, wirausaha harus mengantisipasi dan mengisi kesenjangan penawaran dan permintaan di *masa mendatang*. Karena tidak ada yang bisa memprediksi masa depan dengan akurat,

wirusaha perlu *membuat pandangan*. Tidak ada pandangan yang “benar”: masing-masing wirusaha akan mengambil posisi yang berbeda-beda, berdasarkan selera risiko dan penilaian mereka terhadap ketidakpastian di masa mendatang.

Yang pasti, kemungkinan mereka untuk berhasil akan lebih besar jika pandangan tersebut memiliki *dasar informasi*. Maka dari itu, mereka dapat berinvestasi pada riset dan pengujian untuk memahami apa yang mungkin akan dipilih oleh konsumen, yakni guna menentukan opsi-opsi produksi dan menelaah kelayakan ide usaha mereka. Meski demikian, mereka masih harus mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak pasti, kurang lengkap, tersebar, dan sering kali susah diperoleh dan diinterpretasikan.

Keuntungan dihasilkan karena seorang wirusaha memprediksi harga di masa depan secara lebih akurat daripada orang lainnya dan membeli sebagian atau semua faktor produksi dengan harga yang—jika dilihat dari sudut pandang kondisi pasar di masa depan—terlalu rendah.

— Ludwig von Mises, *Profit and Loss*

Wirusaha juga harus mempertimbangkan faktor waktu, tenaga, dan modal—faktor-faktor yang disebut oleh para ekonom sebagai *biaya peluang*—serta menilai mana strategi yang paling berhasil dari segala kemungkinan strategi yang ada. Namun, seperti kata ekonom Jerman, Ludwig Lachmann (1906–90), ada berbagai tujuan manusia, berbagai kemungkinan barang yang *bisa* diproduksi untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut, dan berbagai cara untuk memproduksi barang-barang tersebut (Lachmann 1986). Memilih hal-hal tersebut tidaklah mudah.

Dengan adanya berbagai pilihan, wirusaha harus bereksperimen tidak hanya dengan produk baru, tetapi juga teknologi dan proses produksi baru. Mereka menggabungkan input yang berbeda-beda, mengevaluasi hasilnya, lalu mencoba kombinasi lainnya demi mencapai produktivitas dan keefektifan biaya terbesar untuk memproduksi apa yang benar-benar diinginkan oleh konsumen. Sekali lagi, ada banyak sekali kemungkinan untuk dipilih, dan bukan tidak mungkin mereka membuat kesalahan dalam prosesnya. Meski demikian, dengan banyaknya wirusaha yang bereksperimen secara kompetitif dengan produk dan proses yang beraneka ragam, pengetahuan dapat diperoleh dan menyebar. Produktivitas jangka panjang dari perekonomian secara keseluruhan meningkat sehingga menguntungkan semua pihak.

Kita hidup dalam dunia penuh perubahan yang tidak disangka-sangka; sehingga kombinasi modal ... akan selalu berubah, teruraikan, dan terbentuk kembali. Dalam aktivitas ini, kita menemukan fungsi wirausaha yang sesungguhnya.

— Ludwig Lachmann, *The Market as an Economic Process*

## **Wirausaha dan ketidakpastian**

Ini adalah proses yang berkelanjutan. Seorang wirausaha tidak akan pernah bisa menciptakan produk maupun metode produksi yang “sempurna”. Selalu ada kemungkinan bahwa wirausaha lain akan mengunggulinya. Yang bisa kita katakan adalah, dalam pasar yang kompetitif, produk-produk *yang kurang berhasil* akan tergantikan oleh produk-produk *yang lebih berhasil* (Mises 1951). Produk-produk itu tidak harus sempurna dan abadi—hanya saja lebih sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku saat ini. Namun, tidak bisa dihindari, kondisi itu pun nantinya akan berubah. Pasokan minyak atau bahan pangan bisa jadi merosot akibat perang atau kekeringan, misalnya, atau permintaan terhadap kursi roda skuter akan meningkat seiring dengan populasi yang bertambah tua dan sejahtera. Perubahan-perubahan ini akan membuka peluang bagi wirausaha-wirausaha lain untuk mengambil tindakan dan mengisi kesenjangan.

Karena pasar terus berjalan, wirausaha harus membuat pilihan produksi dalam lingkungan yang sangat berisiko dan tidak pasti. Namun, Kirzner (menurut para kritikusnyanya) mengabaikan risiko dan ketidakpastian ini. Menurut konsepnya, wirausaha peka terhadap kesenjangan untuk diisi; tetapi menemukan kesenjangan adalah bagian yang mudah. Masalah yang sebenarnya adalah dibutuhkan waktu untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan solusinya. Ketika hal-hal itu dilakukan, kondisi bisa jadi sudah berubah lagi dan gagasan sang wirausaha bisa tertinggal bahkan sebelum dicetuskan.

## **Wirausaha dan penilaian**

Berdasarkan hal tersebut, ekonom Amerika, Peter G. Klein (1966–) mengatakan bahwa karakteristik yang mendefinisikan kewirausahaan adalah *penilaian dalam ketidakpastian* (Klein dan Foss 2014). Wirausaha dihadapkan dengan masa depan yang tidak pasti dan harus *membentuk pandangan* terkait kondisi yang menurut

penilaiannya bakal terjadi. Tidak ada yang tahu pasti, tentunya; dan maka dari itu, dibutuhkan penilaian. Riset dan pengalaman bisa membantu wirausaha, tetapi seperti kata Mises, penilaian dalam kewirausahaan “menentang segala aturan dan sistematisasi. Keterampilan membuat penilaian ini tidak diajarkan maupun dipelajari” (Mises 1949). Wirausaha harus menyusun rencana, memfokuskan sumber daya, dan menghasilkan produk-produk yang diharapkan akan berhasil berdasarkan *pandangan mereka sendiri* terhadap kondisi pasar di masa mendatang.

Adanya pandangan-pandangan yang beragam itulah yang membuat kewirausahaan berpotensi menguntungkan. Jika semua orang berpikir bahwa fusi nuklir akan menghasilkan energi yang aman dan gratis, mereka akan berbondong-bondong berinvestasi pada teknologi ini dan potensi keuntungan akan tersebar luas. Keuntungan besar didapatkan oleh wirausaha hanya jika mereka membuat penilaian yang tepat ketika orang lain membuat penilaian yang salah. Mises juga berkata bahwa wirausaha melihat masa depan dari sudut pandang yang berbeda dari orang lain. Itulah mengapa mereka dapat membeli dan merakit sumber daya berbiaya rendah pada hari ini untuk memproduksi barang-barang bernilai tinggi di masa depan, tanpa ada pihak-pihak lain yang menaikkan biayanya.

Mantan Kepala IBM, Thomas Watson, pernah berkata pada 1943, “Hanya akan ada lima komputer yang terjual di dunia ini”. Akan tetapi, pandangan itu tidaklah aneh pada 1940-an dan 1950-an. Saat itu, satu komputer bisa berukuran sebesar satu lantai bangunan dan sangat mahal sehingga hanya dapat dibeli oleh institusi-institusi besar. Potensinya dianggap terbatas hanya untuk memecahkan masalah matematika. Seiring dengan berkembangnya teknologi, wirausaha-wirausaha lain seperti Steve Jobs dari Apple memiliki pandangan yang berbeda—bahwa setiap orang akan membutuhkan komputer pribadi yang terjangkau dan ramah pengguna untuk menyelesaikan berbagai pekerjaan sehari-hari. Ia juga mempunyai kreativitas dan dorongan untuk mewujudkan itu. Sementara dominasi IBM dalam pasar terus berkurang, Jobs membuat banyak keuntungan dari visi dan penilaiannya. Sulit untuk menemukan contoh yang bisa menggambarkan apa yang kita pahami tentang “wirausaha” dengan lebih baik.

# 5

## PENTINGNYA KEWIRAUSAHAAN

Manfaat-manfaat ekonomi dari kewirausahaan (seperti peningkatan produktivitas dan pengalihan sumber daya menuju pemanfaatan yang bernilai lebih tinggi) telah dijelaskan sebelumnya. Namun, ada juga berbagai manfaat lainnya yang dihasilkan oleh kewirausahaan, baik manfaat ekonomi maupun sosial.

### Manfaat ekonomi

**Perbaikan produk.** Seperti yang telah kita lihat, kewirausahaan memicu *pertumbuhan* ekonomi dengan memungkinkan kita untuk memproduksi *lebih banyak*. Akan tetapi, kewirausahaan sebenarnya juga memicu *perkembangan* ekonomi dengan memungkinkan kita untuk menghasilkan produk-produk yang *lebih baik*. Para wirausaha mencari teknologi-teknologi produksi yang baru dan lebih baik demi meningkatkan produktivitas serta menciptakan berbagai produk yang tidak hanya lebih terjangkau dan berlimpah, tetapi juga lebih bermanfaat dan berkualitas.

Hasilnya tampak jelas. Mobil kita tidak sering mogok (bahkan bisa memberi peringatan jika ada masalah pada mesin), lebih hemat bahan bakar, dan dapat memarkir sendiri. Komputer kita kini lebih kecil, cepat, dan dapat tersambung dengan jaringan dengan lebih baik. Koper kita sekarang lebih ringan dan kuat serta memiliki roda-roda poliuretana supaya dapat berjalan mulus. Tangan kita tidak kotor karena kita tidak perlu mengisi pena dengan tinta setiap hari. Gramofon

yang besar telah tergantikan oleh perangkat seukuran saku dengan akses instan ke penampilan terbaik musisi-musisi kelas dunia dengan kualitas suara yang teramat jernih. Televisi kita sekarang menjadi lebih besar, tipis, tajam, dan cerdas. Sikat gigi pun menjadi elektrik dan dapat memberi tahu apakah kita menggosok gigi dengan benar. Buku-buku bahkan tidak memakan tempat karena dapat tersimpan dalam perangkat pembaca buku seukuran saku. Sampo tidak lagi terasa pedih di mata. Mobil kita tidak lama lagi dapat berjalan sendiri, dan produk-produk ini pun masih akan terus mengalami perbaikan.

Wirausaha menyediakan produk-produk yang memperbaiki kehidupan konsumen, terkadang secara drastis, seperti (misalnya) robot industri bagi perusahaan manufaktur, plastik gelembung bagi pedagang eceran, alat bantu dengar bagi orang-orang Tuli, atau ponsel cerdas bagi semua orang. Dan perkembangan-perkembangan ini akan terus berlanjut.

**Informasi yang lebih baik.** Dari aktivitas-aktivitas wirausaha, tersebar informasi tentang proses mana yang lebih baik dan produk mana yang paling bernilai. Melalui eksperimen dengan cara-cara baru untuk menggabungkan dan menggunakan berbagai input guna mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas produk, mereka menunjukkan cara-cara mana yang lebih baik. Dengan membeli sumber daya yang menurut mereka lebih murah daripada yang seharusnya, atau menjual yang lebih mahal daripada yang seharusnya, mereka menunjukkan peluang-peluang tersebut kepada orang lain. Dengan memasok produk-produk yang lebih disukai konsumen, mereka menunjukkan di mana letak permintaan konsumen.

Penyebaran informasi yang lebih baik dan lengkap dengan cara ini memperbaiki penyelenggaraan dan efisiensi pasar. Dengan semakin banyaknya orang-orang berusaha meniru kesuksesan wirausaha perintis, mereka mengalihkan sumber daya—seperti modal dan tenaga kerja—dari pemanfaatan yang kurang bernilai dan mengarahkannya ke hal-hal yang lebih bernilai sehingga menghasilkan nilai yang lebih besar dari sumber daya yang lebih sedikit.

**Perkembangan berantai.** Terkadang, produk-produk wirausaha memungkinkan perkembangan produk lainnya atau bahkan perkembangan suatu industri secara keseluruhan. Misalnya, prosesor mikro dan layar sentuh memungkinkan perkembangan tablet dan ponsel pintar yang kemudian memungkinkan terciptanya aplikasi berbagi tumpangan (*ride-sharing*) dan tiket elektronik.

Berkembangnya industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di India pada 1990-an memungkinkan perkembangan berantai yang seperti itu sehingga melahirkan usaha-usaha baru, seperti layanan informasi via panggilan, dan menciptakan permintaan baru akan konstruksi, jaringan, perangkat keras, perangkat lunak, dan pemeliharaan yang menambah lapangan kerja. Konektivitas yang lebih besar, baik secara nasional maupun internasional, membuat orang-orang lebih sadar akan kondisi pasar di luar komunitas mereka sendiri. Berkat konektivitas yang lebih besar ini, generasi wirausaha yang baru dapat melihat dan memanfaatkan peluang tidak hanya secara lokal, tetapi juga secara global.

Perkembangan ini pun tidak hanya berkaitan dengan ekonomi. Lapangan kerja yang baru di India menggeser orang-orang dari kehidupan pertanian yang sulit ke kehidupan perkotaan yang lebih makmur dan nyaman. Lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan terbentuk—atau diperluas—untuk mengajarkan keterampilan kepada pekerja-pekerja baru. Industri-industri baru juga mulai mendobrak sistem kasta karena yang dibutuhkan adalah karyawan terampil dan cerdas, terlepas dari kasta mereka. Sementara itu, mereka yang tetap bergelut di sektor pertanian turut merasakan manfaat dari revolusi TIK. Para perempuan di desa-desa membuat usaha persewaan ponsel. Dengan ponsel yang tersambung ke internet, petani kini dapat mengecek harga beras, gandum, kapas, tebu, bawang bombai, atau teh di pasar komoditas yang jaraknya ratusan meter, serta menegosiasikan harga yang lebih baik alih-alih sekadar pasrah menerima penawaran dari tengkulak setempat.

## **Peningkatan produktivitas**

**Peningkatan jangka panjang.** Seiring dengan lahirnya perusahaan-perusahaan baru yang lebih produktif—yang membuat produk-produk yang lebih murah dan bagus serta membawanya ke konsumen secara lebih efektif—perusahaan-perusahaan lama dan yang kurang produktif akan kehilangan pangsa pasar. Bisa jadi mereka akan berhenti sepenuhnya. Akan tetapi, perusahaan-perusahaan baru itu pun suatu saat mungkin akan tergantikan oleh perusahaan yang memproduksi barang dengan lebih baik dan efektif. Hal ini menghasilkan peningkatan sistematis dan berjangka panjang dalam hal produktivitas ekonomi dan penciptaan nilai. Sumber daya seperti tenaga kerja dan modal dimanfaatkan untuk hal-hal yang lebih bernilai; produk yang lebih berkualitas diproduksi lebih banyak menggunakan input dalam jumlah dan harga yang lebih rendah.

**Internasionalisme.** Pastinya, hal ini terjadi pada skala internasional. Modal finansial dapat bergerak dengan sangat cepat. Wirausaha tidak lagi harus menabung untuk memperluas usahanya atau meminta uang dari teman, keluarga, atau investor lokal. Jika ide mereka menjanjikan dan mereka memiliki keterampilan manajemen yang baik dan bisnis yang kuat, mereka bisa mengakses pasar modal di mana pun di dunia untuk meminjam dana yang dibutuhkan atau menjual kepemilikan demi memperoleh modal. Hal ini menjadi penting bagi para wirausaha, khususnya di negara-negara miskin yang tidak banyak menyediakan pendanaan lokal. Mereka berpotensi memiliki akses yang sama terhadap pendanaan sebagaimana tersedia bagi wirausaha-wirausaha di negara-negara terkaya.

Internasionalisme ini juga berlaku pada manajemen. Layaknya modal finansial, “modal manusia” juga dapat bergerak dengan cepat; manajer dan konsultan bisa membawa keterampilan mereka ke negara mana pun yang mengapresiasinya. Sekali lagi, hal ini menjadi bermanfaat bagi para wirausaha di negara-negara miskin yang pendidikan dan pelatihan manajemennya kurang berkembang dan tidak banyak memiliki manajer kompeten. Seperti halnya akses terhadap modal, akses terhadap manajemen dan bimbingan yang baik membantu wirausaha menggenjot produktivitas sehingga pada akhirnya turut meningkatkan produktivitas serta kemakmuran masyarakat dan negaranya.

**Penelitian dan pengembangan.** Terdapat juga berbagai manfaat ekonomi lainnya. Karena berfokus untuk memperbaiki produk dan prosesnya, wirausaha menjadi pusat penelitian dan pengembangan yang menciptakan pemahaman, usaha, teknologi, dan produk, serta membuka pasar-pasar baru. Industri-industri yang sudah mapan bisa jadi telah mencapai titik maksimal pendapatannya karena kebutuhan konsumen akan produk mereka sudah terpenuhi. Sementara itu, produk-produk baru membuka permintaan pasar yang belum tersentuh sebelumnya akan barang-barang yang lebih baik dan murah. Karena produk-produk yang lebih baik semakin berlimpah dan terjangkau, kesejahteraan masyarakat ikut meningkat, sementara proses produksi yang baru menciptakan lapangan kerja dan peluang pendapatan yang lebih tinggi. Tentu saja, sebagian besar pekerjaan berasal dari bisnis dan *start-up* kecil.

## **Manfaat manusia**

Selain manfaat ekonomi, kewirausahaan membawa manfaat-manfaat manusia dan sosial. Fokus wirausaha untuk memberikan produk-produk yang baru dan lebih baik membuat kita perlahan meninggalkan teknologi-teknologi lama dan lamban yang sering kali padat karya. Pada zaman dahulu, kakek nenek kita menghabiskan waktu berjam-jam setiap harinya untuk membawa pulang batu bara, menyalakan api, membersihkan abu, lalu membuangnya. Sistem pemanas sentral modern jauh lebih menghemat waktu. Kakek nenek kita juga menghabiskan sehari-hari setiap minggunya untuk mencuci baju menggunakan papan gosok, meletakkannya di mesin pemeras, menjemurnya (jika cuaca mendukung), lalu menyetrica menggunakan setrika arang. Kini, kita mempunyai mesin cuci/pengering otomatis dan pakaian antikusut. Kemajuan-kemajuan ini tidak mencerminkan perkembangan teknologi yang tak terhindarkan: mereka ada hanya karena para wirausaha sengaja menciptakannya.

Berkat kemajuan-kemajuan di sektor pertanian, pelayanan kesehatan, ritel, hingga transportasi dan banyak lainnya, kita dihadapkan dengan beraneka ragam pilihan produk. Kita tidak perlu berpusing-pusing memikirkan kebutuhan dan kenyamanan dasar. Inovasi kewirausahaan membuat pekerjaan kita lebih produktif—dan lebih mudah, dengan lebih sedikit pekerjaan manual dan risiko kecelakaan—serta memberikan lebih banyak waktu senggang yang bermakna, yakni waktu lebih luang untuk diri sendiri.

Ditambah lagi, perusahaan-perusahaan berkewirausahaan baru membuka banyak peluang kerja. Penciptaan peluang kerja ini sangatlah bermanfaat, terutama bagi para migran, kelompok minoritas, kaum muda, dan perempuan yang mungkin terdiskriminasi oleh karyawan dan manajer di industri yang lebih besar dan mapan. Dari situ, pekerja bisa menabung dan mengumpulkan modal yang dibutuhkan untuk memperbaiki kehidupan dan mengemban pendidikan yang meningkatkan kualitas “modal manusia” serta kesiapan kerja mereka. Itu semua merupakan manfaat bagi individu dan masyarakat, bukan sekadar manfaat ekonomi.

## **Manfaat sosial**

Kewirausahaan juga membawa manfaat-manfaat sosial. Suatu masyarakat yang memiliki keragaman usaha cenderung lebih stabil dan tenteram daripada

masyarakat yang didominasi industri besar—pertambangan besar, pabrik baja, atau produsen mobil, misalnya. Perubahan dan perkembangan kemudian dapat terjadi secara bertahap. Usaha bisa datang dan pergi, dan pekerja dapat berpindah-pindah sesuai pilihan. Mereka tidak takut terkena pemutusan hubungan kerja massal jika perusahaan yang mendominasi mengalami kehancuran.

Selain itu, wirausaha-wirausaha yang sukses adalah investor besar dalam kegiatan amal dan kemasyarakatan. Pastinya, di balik itu terdapat motif bisnis yang kuat. Mungkin mereka ingin menunjukkan niat baik kepada pemasok, karyawan, dan konsumen. Dengan memberikan dukungan kepada sekolah dan rumah sakit setempat, mereka bisa merekrut tenaga kerja yang lebih sehat dan terampil. Dengan memperbaiki lingkungan setempat, mereka bisa meningkatkan semangat pekerja dan mempertahankan mereka lebih lama. Mereka bahkan dapat mempromosikan pendidikan tinggi, penelitian, dan pembangunan dengan harapan menemukan peluang baru yang bisa dimanfaatkan oleh usahanya.

Namun, banyak aktivitas amal yang dilakukan oleh wirausaha murni merupakan tindakan filantropis. Industrialis baja asal Skotlandia-Amerika, Andrew Carnegie (1835–1919), menghabiskan banyak kekayaannya untuk membangun dan memperbaiki perpustakaan umum gratis. Melalui Bill & Melinda Gates Foundation, wirausaha pendiri Microsoft memberikan miliaran dolar kepada negara-negara berkembang, dengan berbagai inisiatif penelitian dan bantuan yang berfokus pada perbaikan pertanian, sanitasi, gizi, imunisasi, pengendalian malaria, dan banyak lainnya. Banyak wirausaha mendukung pendidikan tinggi dan penelitian bukan untuk mengejar keuntungan komersial, tetapi karena mereka memiliki antusiasme terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini mungkin menjelaskan mengapa banyak wirausaha hebat zaman sekarang tertarik dengan penjelajahan luar angkasa—sesuatu yang terlalu berisiko untuk dijadikan proyek komersial.

Selama puluhan dan ratusan tahun, wirausaha telah menyumbang banyak terhadap inovasi radikal yang mengubah kehidupan manusia dalam skala besar. Inovasi-inovasi tersebut termasuk mesin cetak; mesin uap; mesin *carding*, pemintal, dan penenun; telepon; rel kereta api; gramofon; pesawat udara; kaca apung; komputer pribadi; dan masih banyak lainnya. Tidak jarang penemu (*inventor*) mencari sesuatu yang lain ketika mereka membuat suatu penemuan, seperti oven *microwave*, atau penisilin, bahkan Corn Flakes (sereal jagung) dan Super Glue (lem super). Terkadang, mereka memicu lahirnya industri baru, memodernisasi perekonomian secara keseluruhan, dan mengubah kehidupan dan kebudayaan kita.

## Peran sosial dari profit

Sebagian besar wirausaha didorong oleh prospek keuntungan finansial pribadi, tetapi bukan berarti mereka dapat berhasil hanya dengan mengambil uang dari orang lain. Sebaliknya, dalam ekonomi yang terbuka dan kompetitif, mereka menghasilkan uang dengan memberikan nilai kepada orang lain. Keuntungan finansial berasal dari konsumen yang hidupnya dimudahkan oleh produk mereka, dan yang berpikir bahwa pertukaran antara uang dan produk tersebut sepadan. Dalam proses itu, wirausaha menyebarkan nilai kepada masyarakat, yang kemudian mereka terima.

Ingatlah bahwa *keuntungan* tidak melulu berarti keuntungan *finansial*. Konsumen memperoleh keuntungan karena mereka mendapatkan produk yang lebih mereka hargai daripada uang yang mereka keluarkan. Keuntungan berarti mendapatkan nilai lebih banyak daripada yang diberikan—seperti mengubah pasir yang tidak bermanfaat dan kurang berharga menjadi keping komputer yang berguna, produktif, dan bernilai. Keuntungan bukanlah sesuatu untuk dikecam, melainkan untuk dirayakan karena manfaat ekonomi dan sosial yang ia berikan. Pada akhirnya, jika kita dapat menggunakan lebih sedikit sumber daya untuk menciptakan lebih banyak nilai, kehidupan kita akan menjadi lebih baik.

Karena wirausaha mengejar keuntungan *finansial*—yakni, memperoleh lebih banyak uang dari hasil usaha daripada uang yang dihabiskan untuk bahan dan proses produksi—motif tersebut memberikan dampak sosial yang positif dengan meningkatkan nilai, menambah pilihan, dan memperbaiki produk bagi semua orang. Semakin besar keuntungannya, semakin besar juga manfaat sosial yang dihasilkan. Keuntungan finansial adalah indikator kasar atas nilai tambah yang diciptakan wirausaha. Keuntungan finansial juga menunjukkan bahwa wirausaha telah menemukan cara untuk mengurangi biaya—dengan mengarahkan sumber daya yang mahal ke pemanfaatan yang lebih produktif—serta menambah nilai dengan memberikan produk yang lebih murah, berlimpah, atau berkualitas kepada orang-orang yang mau membelinya. Tentunya, semakin terbuka dan kompetitif ekonominya—dan semakin mudah bagi kompetitor untuk memasuki dan meninggalkan pasar—semakin besar pula tantangan bagi wirausaha untuk terus menekan biaya input dan meningkatkan nilai produk. Sekalinya mereka berhenti berupaya, wirausaha lain akan mengambil peluang tersebut demi mendapatkan keuntungannya.

Lagi-lagi, hasilnya adalah peningkatan produktivitas dan penciptaan nilai secara berkelanjutan. Seiring dengan hal tersebut, barang-barang yang dulunya menjadi suatu kemewahan dan hanya dapat dijangkau segelintir orang—daging segar, air bersih, pemanas ruangan, listrik, mobil, mesin cuci, komputer—menjadi lebih baik dan murah. Akses terhadap barang-barang tersebut menyebar dalam masyarakat bak riak dalam kolam. Dengan adanya produk-produk yang lebih terjangkau, setiap orang bisa membelanjakan lebih banyak uangnya untuk hal-hal lain yang lebih bernilai; dengan adanya peningkatan kualitas, semua orang memperoleh nilai yang lebih besar dengan biaya yang sama.

Kita sepatutnya berterima kasih kepada para wirausaha atas kemajuan-kemajuan tersebut. Mereka memang mendapatkan keuntungan finansial dari penjualan produk-produknya, tetapi kita pun memperoleh berbagai manfaat dalam bentuk lainnya. Bisa jadi mereka menghasilkan keuntungan finansial dari sekadar keberuntungan alih-alih analisis yang tajam dan kerja keras, tetapi manfaat sosial yang dihasilkan tetap sama.

Faktanya, sulit untuk membedakan seberapa banyak keberuntungan, analisis, dan upaya berkontribusi terhadap keberhasilan seorang wirausaha. Bahkan keberuntungan pun harus dimanfaatkan dan diarahkan secara produktif supaya bisa menghasilkan keuntungan. Banyak orang merasa iri dengan “rezeki tidak terduga” yang datang lewat keberuntungan, dan bahkan menuntut agar “keuntungan” ini dikenai pajak; tetapi hal hanya akan mengurangi wirausaha yang peka terhadap peluang yang terlewatkan—dan akhirnya merugikan seluruh masyarakat. Masyarakat akan memiliki kehidupan yang lebih baik jika kita mendorong mereka untuk bergerak dengan semangat kewirausahaan, serta memungkinkan mereka yang melakukannya untuk menikmati hasil dari nilai yang mereka ciptakan.

# 6

## MENYEBARNYA KEWIRAUSAHAAN

### **Kehadiran kewirausahaan secara global**

Mengukur tingkat kewirausahaan di seluruh dunia adalah sesuatu yang sulit. Seperti yang telah kita lihat, indikator-indikator seperti tingkat kewiraswastaan atau jumlah *startup* tidak banyak berguna dalam hal ini. Bahkan, definisi “kewirausahaan” pun masih kontroversial. Masih ada perdebatan apakah kewirausahaan semata-mata hanya aktivitas komersial, atau “kewirausahaan sosial” dan bentuk lainnya juga termasuk dalam definisinya. Dalam arti luas, setiap orang adalah wirausaha yang secara ajek menggunakan keterampilan, kemampuan, dan sumber dayanya untuk menciptakan nilai terbesar bagi mereka dengan biaya waktu, uang, dan tenaga paling sedikit. Jika mengacu kepada makna tersebut, aktivitas kewirausahaan dapat ditemukan di seluruh pelosok dunia.

Namun, hal tersebut juga berlaku benar bagi kewirausahaan komersial. Kewirausahaan komersial dapat ditemukan di setiap negara—baik negara kaya, menengah, atau miskin. Kewirausahaan jenis ini ada di Amerika Serikat dan Norwegia, begitu pula di Turki, Afrika Selatan, Angola, dan Guatemala. Semangat kewirausahaan ada bahkan di negara-negara yang tidak berorientasi pasar (*non-market economies*)—meski sebagian besar ditujukan untuk mengakali otoritas melalui suap atau perdagangan pasar gelap. Walaupun pasar terbuka jauh lebih efisien, pasar ilegal juga beroperasi dengan cara yang kurang lebih sama untuk menutup kesenjangan dan menyesuaikan antara penawaran dan permintaan. Perbedaannya adalah wirausaha di pasar ilegal harus siap melanggar hukum.

## Persamaan dan perbedaan antarnegara

Meski kewirausahaan dapat ditemukan di mana-mana, sejumlah negara tampak lebih menonjol. Beberapa negara, misalnya, menghasilkan banyak wirausaha miliarder hebat, dan fakta tersebut mengindikasikan bahwa negara-negara tersebut adalah tempat yang subur bagi perkembangan wirausaha secara umum. Hong Kong, Israel, Amerika Serikat, Swiss, Singapura, Norwegia, Irlandia, Taiwan, Kanada, dan Australia unggul dalam hal ini. Mereka cenderung memiliki nilai yang terbuka serta lembaga-lembaga yang mendukung keberhasilan sehingga orang-orang sana percaya bahwa mereka *bisa* sukses dan dihargai atas upayanya. Banyak dari negara-negara tersebut juga berkomitmen terhadap peraturan hukum, pembatasan kekuasaan, dan hak kepemilikan yang kuat, menyiratkan bahwa faktor-faktor ini juga penting.

Selain itu, mayoritas dari mereka mempunyai sistem hukum yang memungkinkan wirausaha untuk bereksperimen tanpa perlu izin dari pihak yang berwenang. Inilah yang mungkin menjelaskan mengapa negara-negara tersebut lebih berjiwa kewirausahaan (untuk Amerika Serikat, berkali-kali lipat lebih berjiwa kewirausahaan) daripada sebagian besar negara di Eropa yang perizinan aktivitasnya ditentukan oleh aturan-aturan spesifik, alih-alih prinsip-prinsip umum. Seperti yang dijelaskan oleh ekonom Amerika bernama Adam Thierer, Amerika Serikat memiliki segudang perusahaan inovatif yang berkembang di sana: Microsoft, Yahoo!, YouTube, Amazon, Google, PayPal, Twitter, Dropbox, Facebook, Snapchat; tetapi sulit untuk menemukan satu atau dua inovator serupa dari Eropa.

Ia mengatakan bahwa perbedaan ini disebabkan oleh iklim di Amerika yang memperbolehkan “inovasi tanpa izin”—izin tidak diperlukan untuk meluncurkan suatu inovasi—berbeda dari pendekatan Eropa terhadap perubahan yang berbeda 180 derajat (Thierer 2014):

Jika kita menghabiskan seumur hidup merasa takut dengan skenario-skenario terburuk—dan membuat kebijakan publik berdasarkan ketakutan tersebut—skenario-skenario terbaik tidak akan terjadi. Kebijaksanaan dan kemajuan lahir dari pengalaman, termasuk pengalaman-pengalaman yang berisiko dan kemungkinan salah atau gagal.

Budaya juga tidak kalah penting. Mungkin, budaya negara-negara yang melahirkan banyak wirausaha lebih ramah dan tidak “memusuhi” kesuksesan

pribadi sehingga mendorong ambisi individual. Akan tetapi, negara-negara yang lebih miskin dan kurang liberal juga menganut nilai-nilai tersebut. Menurut survei, orang-orang di Timur Tengah dan Afrika Utara berpendapat bahwa wirausaha adalah pilihan karier yang baik, sementara orang-orang di Karibia dan Amerika Latin melihat wirausaha sebagai status yang tinggi. Orang-orang Amerika Latin juga tidak takut gagal, dan tentu saja kewirausahaan paling kental di tempat-tempat dengan banyak usaha yang gagal—yang menyiratkan bahwa budaya menerima kegagalan dapat mendorong seseorang untuk mengambil risiko dan memanfaatkan peluang yang potensial (*ibid.*).

Ada beberapa temuan yang juga menarik. Sebagian besar wirausaha adalah laki-laki—meski kesetaraan gender lebih terlihat di negara-negara yang perdagangannya lebih maju. Negara-negara Timur Tengah dan Afrika Utara memiliki tingkat kewirausahaan *internasional* yang tinggi, mungkin karena letak geografis mereka terbentang di rute-rute perdagangan. Di Tiongkok, aktivitas kewirausahaan berkembang setelah wafatnya Mao, tetapi kini mulai melandai. Sebaliknya, di Amerika Serikat, kewirausahaan merosot setelah krisis finansial 2008, tetapi segera meningkat kembali. Meski demikian, tren-tren ini sangat sulit untuk diukur dengan akurat.

## **Negara-negara berkembang**

Negara-negara berkembang sekilas terdengar bukan tempat yang ideal bagi kewirausahaan untuk berkembang. Para penduduk dan keluarganya tidak banyak memiliki tabungan untuk mendirikan dan memperluas usaha baru. Sektor perbankan dan keuangan lokal juga bisa jadi belum terlalu berkembang atau memiliki pendanaan yang besar. Penanam modal internasional mungkin tidak memahami kondisi setempat dan berhati-hati tentang hal tersebut. Keterampilan manajemen dan pendidikan masih kurang memadai, ditambah dengan infrastruktur dan jejaring distribusi yang sederhana.

Namun, kondisi-kondisi tersebut membawa sejumlah keuntungan. Misalnya, negara-negara berkembang memiliki biaya hidup yang lebih rendah; sehingga ada peluang untuk menyediakan jasa, seperti layanan informasi via panggilan, akuntansi, internet, dan layanan lainnya yang tidak langsung berhadapan dengan klien (*back-office*) kepada usaha dan individu di negara lain yang lebih kaya. Akses terhadap teknologi yang murah dan sederhana dapat memacu produktivitas lebih

besar daripada di negara-negara yang sudah maju: ponsel pintar memungkinkan pedagang lokal berkomunikasi tentang harga secara instan, misalnya, atau TI mendorong lahirnya industri-industri baru.

Karena sektor-sektor di negara berkembang belum matang, ada lebih banyak ruang untuk diversifikasi daripada di negara maju yang pasar dan usaha-usahnya sudah terspesialisasi. Potensi tersebut memungkinkan para wirausaha di negara-negara berkembang untuk menyebarkan risiko dengan menjalankan usaha dengan beberapa fungsi sekaligus—yang sering kali saling melengkapi—seperti pertambangan, semen, dan konstruksi.

Keuntungan lainnya bagi wirausaha di negara-negara berkembang adalah lebih luasnya peluang yang tersedia. Seperti kata Kirzner, masih banyak peluang yang belum ditemukan dan masih sedikit yang sudah dimanfaatkan. Kemungkinannya masih besar bahwa tersedia banyak peluang pasar yang belum dijajaki wirausaha lain—yang biasanya cepat diambil di negara-negara yang lebih kaya dengan akses yang lebih baik terhadap modal.

## **Kewirausahaan dan migrasi**

Survei kewirausahaan global mana pun menemukan bahwa keterbukaan terhadap talenta asing sangatlah penting (Lofstrom dan Wang 2019). Tinjauan atas bukti-bukti dari The Entrepreneurs Network menunjukkan bahwa, meski hanya satu dari tujuh (14 persen) penduduk Inggris adalah kelahiran asing, hampir separuh (49 persen) *startup* yang berkembang pesat di sana memiliki setidaknya satu *co-founder* kelahiran asing. Mereka berasal dari 29 negara yang beragam, seperti Amerika Serikat, Jerman, Rusia, India, Australia, Meksiko, dan Vietnam. Imigran memiliki kemungkinan satu setengah kali lebih besar untuk memulai, memiliki, dan menjalankan usaha daripada orang-orang yang lahir di Inggris (Dumitriu dan Stewart 2019).

Salah satu alasannya adalah banyak imigran merupakan wirausaha alami yang sudah mengambil risiko dan menghadapi ketidakpastian dengan berpindah ke negara lain, sering kali tanpa teman atau keluarga yang membantu mereka di sana. Kemauan mereka untuk menjalani kehidupan baru memperlihatkan keberanian dan ambisi mereka. Imigran juga kemungkinan besar masih muda dan bersemangat. Setelah berpindah, mereka melihat negara baru tersebut dari sudut pandang yang berbeda dari masyarakat lokal, serta lebih penasaran dengan banyak hal dan melihat peluang-peluang yang ada melalui perubahan. Sebagai

contoh, mereka bisa menemukan ketidakefisienan dan kekurangan pasar yang mungkin dianggap biasa oleh masyarakat lokal.

Kebudayaan minoritas sering kali memimpin perkembangan kewirausahaan. Karena berada di pinggiran masyarakat, dengan cara berpikir yang berbeda dan tidak takut rugi, mereka lebih mampu dan mau membuat penyesuaian kreatif terhadap berbagai perubahan daripada masyarakat lokal. Mereka mungkin lebih banyak mencoba solusi-solusi baru yang bertentangan dengan kebudayaan dan sistem kelas yang berlaku, tetapi ternyata lebih berhasil daripada solusi lainnya. Bahkan, mereka mungkin melihat perubahan lebih dahulu dan jelas daripada masyarakat lokal sehingga mereka dapat mengambil langkah lebih awal.

Karena alasan ini dan beberapa alasan lainnya, para migran di Inggris dan Amerika Serikat (dan mungkin di banyak negara lainnya) memiliki kemungkinan lebih besar untuk memulai usaha daripada penduduk setempat. Separuh dari perusahaan-perusahaan rekayasa dan teknologi di Silicon Valley, contohnya, mempunyai *founder* imigran—termasuk Google, Facebook, dan Tesla. Dari perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam daftar *Fortune 500* tahun 2017, 43 persen didirikan oleh imigran atau anak imigran, termasuk Apple, Amazon, Boeing, General Electric, Verizon, J.P. Morgan, dan bahkan Ford.

## **Industri-industri yang cocok untuk kewirausahaan**

Beberapa industri lebih cocok untuk kewirausahaan daripada industri lainnya. Wirausaha khususnya banyak ditemukan di sektor-sektor yang membutuhkan lebih sedikit modal awal, termasuk layanan internet dan data (contoh: aplikasi berbagi, perangkat lunak, dan keamanan siber), saran investasi, konsultan, dan akuntansi. Hal tersebut tidak mengejutkan: sudah jelas bahwa wirausaha lebih sulit mendirikan usaha baru dengan biaya modal yang tinggi (contoh: produksi mobil, pabrik kapal, maskapai, pelayanan kesehatan, dan energi), meski memang ada juga yang melakukannya. Mayoritas wirausaha hebat dan perusahaan yang berkembang pesat di zaman sekarang dapat ditemukan di sektor TI, *biotech*, keuangan, dan ritel. Mereka juga lebih banyak ditemukan di usaha-usaha yang dapat dimanfaatkan untuk membangun perusahaan besar yang cepat berkembang, seperti dana kelolaan (*hedge funds*) dan media sosial.

Menurut Global Entrepreneurship Monitor, di negara-negara miskin, wirausaha paling banyak ditemukan di bisnis penjualan, seperti sektor komoditas,

grosir, dan ritel. Di negara-negara kaya, mereka subur di sektor layanan keuangan, properti, dan bisnis. Dari seluruh perusahaan wirausaha global, jumlah usaha grosir dan ritel terus berkurang, sementara proporsi usaha jasa dan teknologi berkembang. Fakta ini mengindikasikan bahwa dunia menjadi semakin kaya, dan terdapat permintaan yang kian meningkat akan layanan-layanan yang sebelumnya dianggap mewah—atau bahkan layanan yang belum pernah ada sebelumnya. Atau, bisa jadi orang-orang di negara-negara yang sebelumnya miskin telah mengumpulkan cukup modal untuk mengembangkan sektor-sektor umum dan mengeksplorasi sektor-sektor yang lebih spesifik yang (seperti layanan TI) dapat dipasarkan dan dijual di seluruh dunia. Sebagai contoh, Korea Selatan—salah satu negara termiskin pada 1950-an yang kini menjadi salah satu negara terkaya di dunia—memiliki sektor kewirausahaan “ekonomi *gig*” yang kuat. Bisa jadi, sektor ini akan menjadi pusat perkembangan wirausaha-wirausaha hebat kelas dunia di masa depan.

Kewirausahaan internal (*intrapreneurship*)—inovasi kewirausahaan yang datang dari dalam perusahaan yang sudah mapan—berkembang kuat di Eropa, dengan peran besar dari Swedia, Jerman, dan Siprus. Hal ini mungkin disebabkan oleh kelembagaan dan struktur (seperti peraturan pajak dan tata kelola korporasi, beban regulasi, atau pembiayaan bank dan obligasi, alih-alih kepemilikan saham) yang lebih menguntungkan perusahaan-perusahaan besar daripada *startup*. Maka dari itu, orang-orang dengan semangat kewirausahaan merasa lega ketika bekerja di perusahaan lebih besar karena risikonya jauh lebih rendah.

## Masa depan kewirausahaan

Seperti yang telah disebutkan di atas, sejumlah pengamat Barat memandang bahwa dinamika bisnis terus merosot dari waktu ke waktu. Survei dari Brookings Institution menemukan adanya tren penurunan jumlah *startup* baru di Amerika Serikat, seiring dengan keluarnya perusahaan-perusahaan lama dari pasar. Pada saat yang bersamaan, jumlah lapangan kerja di Amerika Serikat dari perusahaan-perusahaan muda semakin sedikit. Sejak 1980-an, proporsi pekerja di *startup* turun dari 20 persen menjadi 10 persen, sementara proporsi pekerja di perusahaan besar yang sudah mapan naik dari 40 persen menjadi 50 persen (Decker *et al.* 2016).

Ini adalah indikator-indikator yang tidak sempurna, dan jika pun ada penurunan dalam dinamika bisnis, hal tersebut bisa jadi bersifat lokal dan

sementara, atau diakibatkan oleh berbagai faktor, seperti suku bunga rendah yang membantu perusahaan-perusahaan “zombi”<sup>6</sup> tetap bertahan. Namun, secara keseluruhan, bukti-bukti menunjukkan bahwa pertumbuhan produktivitas memang menurun di Amerika Serikat, Inggris, Jerman, dan negara-negara maju lainnya, dan kemerosotan dinamika bisnis menjadi salah satu alasan utamanya (Masnik 2017).

Apa yang menyebabkan kemerosotan ini? Ada beberapa penjelasan alternatif untuk menjawab pertanyaan tersebut (Dumitriu 2019a). Sejumlah pihak berpendapat bahwa rendahnya pertumbuhan populasi di negara-negara maju mengurangi jumlah wirausaha potensial (Hathaway dan Litan 2014)—meski hal tersebut seharusnya tidak banyak berpengaruh jika mereka merintis usaha di sektor-sektor paling produktif. Sebagian lain mengatakan bahwa penjenamaan (*branding*) dan sistem TI yang kian mahal membuat *startup* sulit bersaing (contohnya, mesin pencarian global, perangkat lunak kantor, atau platform belanja daring (De Ridder 2019)). Akan tetapi, faktanya, biaya-biaya tersebut tidak mengalami banyak kenaikan, dan justru TI telah memangkas biaya bagi usaha-usaha kecil dengan sangat signifikan (Gutiérrez dan Philippon 2019).

Faktor yang mungkin lebih berpengaruh—terkait skala—adalah regulasi. Regulasi terkait produk (contoh: aturan pelabelan), proses (contoh: metode produksi), atau ketenagakerjaan (contoh: upah minimum, jam kerja, cuti orang tua) lebih membebani perusahaan kecil daripada perusahaan besar. Perusahaan besar dapat mendistribusikan biayanya dengan jumlah penjualan yang besar; *startup* kecil tidak bisa melakukan hal yang sama. Mungkin itulah mengapa pengetatan regulasi, seperti Undang-Undang Dodd-Frank tahun 2010 di Amerika Serikat tentang kendali atas perusahaan layanan keuangan, lebih meningkatkan margin keuntungan perusahaan-perusahaan besar (*ibid.*). Kami juga menemukan bahwa negara-negara dengan regulasi yang relatif tidak terlalu ketat, seperti Korea Selatan, Taiwan, Hong Kong, Thailand, dan Singapura, memiliki jumlah wirausaha dan wirausaha hebat yang terus berkembang. Sementara itu, di Eropa yang sangat ketat regulasinya, inovasi banyaknya berasal dari *kewirausahaan internal* di perusahaan-perusahaan besar (Stigler 1971):

---

<sup>6</sup> Dalam dunia keuangan, perusahaan “zombi” merujuk kepada perusahaan yang terlilit utang dan hanya memiliki pendapatan yang cukup untuk membayar bunga pinjaman, tetapi tidak untuk membayar pokok pinjaman. Mereka sangat bergantung kepada bank untuk pembiayaan.

Suatu industri dapat secara aktif mengincar suatu regulasi atau terpaksa mengikuti regulasinya ... Namun umumnya, regulasi didapatkan oleh industri serta dirancang dan dijalankan untuk keuntungannya.

Perusahaan-perusahaan besar juga mampu merekrut lebih banyak pelobi yang mempunyai informasi spesifik yang dibutuhkan legislator seiring dengan semakin kompleksnya isu regulasi. Namun, pelobi-pelobi tersebut juga bertujuan menyingkirkan pesaing; dengan cara memaksa para wirausaha *startup* untuk menghabiskan energinya berurusan dengan regulasi yang rumit daripada menciptakan produk-produk inovatif.

Namun, kepentingan publik lebih baik dilayani dan dilindungi oleh industri yang terbuka, dinamis, dan kompetitif daripada industri yang diregulasi dengan ketat, lemah, dan kurang responsif. Kebijakan-kebijakan seperti “*regulatory sandbox*” atau kotak uji terbatas dari Financial Conduct Authority di Inggris—yang memungkinkan *startup* teknologi finansial (*fintech*) untuk bereksperimen dengan model-model bisnis baru tanpa ancaman sanksi regulasi—adalah sebuah langkah maju ke arah yang tepat.

# 7

## **KEWIRAUSAHAAN YANG PRODUKTIF DAN TIDAK PRODUKTIF**

### **Apakah kewirausahaan selalu produktif?**

Menjadi peka terhadap peluang yang menguntungkan dan mengambil tindakan untuk memanfaatkannya adalah sifat manusia yang alami dan universal. Pada 1776, Adam Smith mengamati bahwa “setiap manusia melakukan upaya yang seragam, ajek, dan konsisten untuk memperbaiki keadaannya”, dan berpendapat bahwa “kecenderungan untuk menukar barang dengan uang serta barang dengan barang” adalah “salah satu prinsip sejati dalam sifat manusia” yang tidak perlu dijelaskan lagi (Smith [1776] 1981). Melalui “tukar-menukar dan tawar-menawar dalam pasar”, kepentingan pribadi kita—ternyata—menjadi saling menguntungkan, seakan-akan aktivitas tersebut “dituntun oleh tangan yang tidak terlihat”.

Dalam pasar yang terbuka dan kompetitif, mungkin demikian. Namun, kehidupan menyediakan banyak peluang lainnya bagi seseorang untuk memperbaiki diri, meski tidak selalu saling menguntungkan. Pengacara yang cerdik bisa mengakali celah hukum untuk membantu kliennya menghindari denda tilang, misalnya, tanpa memberikan nilai apa pun bagi masyarakat. Pencuri dan penipu juga bisa menemukan peluang-peluang untuk melakukan tindak kejahatan, sebagaimana wirausaha menemukan peluang-peluang yang jujur. Perbedaannya adalah mereka yang mengambil peluang untuk berbuat jahat tidak menciptakan nilai dan justru mengambil nilai dari orang lain.

## Produktif, tidak produktif, dan destruktif

Maka dari itu, jelaslah sudah bahwa tidak semua “kewirausahaan” bersifat produktif dan menguntungkan secara sosial. Kewirausahaan dapat bersifat *produktif*, *tidak produktif*, atau *destruktif*, menurut Baumol (1990). Tidak ada definisi yang jelas, tetapi dapat dikatakan bahwa kewirausahaan yang *produktif* menciptakan nilai secara keseluruhan, yang *tidak produktif* menciptakan nilai hanya untuk satu pihak, dan yang *destruktif* merusak nilai.

**Kewirausahaan produktif.** Wirausaha *produktif* menciptakan nilai bagi mereka sendiri dan konsumennya. Setiap orang memiliki pandangan masing-masing mengenai apa yang dianggap bernilai. Konsumen memberi nilai lebih tinggi terhadap produk wirausaha yang mereka beli daripada uang yang mereka bayarkan, sementara wirausaha lebih menghargai uang yang mereka peroleh daripada sumber daya (waktu, tenaga, dan materi) yang mereka investasikan untuk membuat produk tersebut. Hubungan ini sepenuhnya bersifat sukarela: siapa pun dapat mundur dari transaksi, tetapi mereka memilih untuk tetap melakukannya karena merasa diuntungkan oleh pertukaran tersebut. Mereka mungkin bertransaksi hanya untuk kepentingan pribadi—konsumen menginginkan produk, sementara produsen menginginkan uang. Namun, prosesnya memberikan manfaat yang bersifat jauh lebih menyeluruh. Dalam proses berjualan, wirausaha yang produktif akan berinovasi, mengerek produktivitas, membuat kemajuan, menambah keragaman pilihan, meningkatkan nilai, dan pada akhirnya memberikan manfaat kepada masyarakat secara keseluruhan.

**Kewirausahaan tidak produktif.** Namun, sekali lagi, kewirausahaan bisa dilakukan tanpa menciptakan nilai bagi orang lain. Contoh umumnya adalah aksi menghindari pajak—pembayar pajak dan penasihat pajaknya mencari peluang-peluang (legal) untuk mengurangi tagihan menggunakan metode-metode akuntansi yang “kreatif”. Mereka bisa menaruh uang ke dalam skema pensiun yang dibebaskan dari pajak, alih-alih mengambilnya sebagai pendapatan. Mereka bisa berhenti bekerja sebagai karyawan, lalu mendirikan perusahaan yang menyediakan layanan yang sama sehingga demi menghapus pajak atau memanfaatkan subsidi usaha. Atau, mereka bisa mengurangi beban pajak perusahaan dengan mengalirkan keuntungan dari negara dengan pajak tinggi ke pajak rendah—seperti yang diduga dilakukan oleh Starbucks, Apple, Amazon,

Netflix, dan General Motors—atau dengan merelokasi kantor pusatnya ke negara-negara ber pajak rendah.

Contoh lainnya adalah melobi agar regulasi atau keputusan dapat berpihak kepada Anda. Hal tersebut bisa dilakukan, misalnya, dengan meyakinkan para politisi untuk membuat aturan pajak atau perdagangan yang tetap berpihak kepada sektor bisnis, atau membangun koneksi dengan pejabat agar mereka mudah memberikan izin perdagangan atau mendirikan bangunan. Karena kuasa pemerintah telah berkembang, lobi-melobi tumbuh menjadi industri besar; perusahaan-perusahaan Amerika Serikat (terutama di sektor farmasi, asuransi, elektronik, perminyakan, dan utilitas) menghabiskan lebih dari US\$3 miliar per tahun untuk keperluan tersebut (Evers-Hillstrom 2018). Tidak ada “korban” jelas yang dirugikan oleh praktik ini, tetapi pelobi pasti berpikir bahwa tindakannya akan sangat menguntungkan dirinya sendiri.

**Kewirausahaan destruktif.** Namun, ada sejumlah aktivitas kewirausahaan lainnya—jika memang bisa disebut demikian—yang merugikan orang lain. Ekonom Amerika, Gary Becker (1930–2014), berargumen bahwa penjahat bertindak selayaknya wirausaha yang jujur, yakni dengan menilai potensi keuntungan dan kemungkinan keberhasilan dibandingkan dengan risiko tertangkap dan dihukum (Becker 1968). Ketika menemukan peluang untuk mencuri atau mencurangi orang lain, mereka melakukan pemerasan atau penipuan. Mereka bisa mengancam bisnis dengan kekerasan jika tidak dibayar dengan uang keamanan. Transaksi ini tidak bersifat sukarela: mereka mengambil nilai dari korban tanpa persetujuan. Semakin luas eksploitasinya, semakin besar pula kerusakannya—termasuk pilihan dan kebebasan yang lebih terbatas, produktivitas rendah, dan hilangnya nilai bagi masyarakat.

## Dampak krusial dari aturan

Aturan-aturan yang berlaku akan menentukan apakah suatu tindakan kewirausahaan tergolong produktif, tidak produktif, atau destruktif. Contohnya, tidak semua aktivitas ilegal dapat disebut destruktif. Memberi obat yang belum dilegalkan kepada pasien yang mengidap penyakit mematikan—dengan tujuan supaya ia selamat—tidak bisa disebut destruktif. Contoh lainnya, hanya rezim otoriter yang dirugikan ketika seorang pedagang menjual buku yang dilarang

beredar. Transaksi-transaksi tersebut dilakukan dengan sadar dan sukarela, dan tidak ada orang lain yang terdampak.

Pun sebaliknya, aktivitas legal bisa menjadi destruktif. Misalnya, seorang dokter melakukan operasi yang sebenarnya tidak perlu demi keuntungan pribadi, yakni dengan memanfaatkan kurangnya pengetahuan pasien tentang kondisi medisnya sendiri. Pasien itu mungkin memberikan persetujuan atas tindakan operasi ini, tetapi persetujuan tersebut tidak diberikan berdasarkan *informasi yang lengkap dan terperinci*.

Peraturan perundang-undangan spesifik yang berlaku dapat sangat menentukan apakah aliran energi kewirausahaan diarahkan ke tujuan produktif atau destruktif. Misalnya, jika pajak tinggi dan rumit, banyak cendekiawan kewirausahaan akan lebih berfokus untuk menghindarinya (secara legal atau ilegal) daripada menciptakan nilai dengan membuat produk yang lebih baik dan terjangkau. Jika pekerja bisa dengan mudah dan murah menuntut pemberi kerja demi mendapatkan kompensasi yang besar, mereka akan membuat klaim-klaim tidak berdasar, sementara pemberi kerja akan berfokus menghindarinya. Jika regulasi mengancam profitabilitas, energi akan diarahkan untuk mengakalinya atau melobi supaya regulasi tersebut diubah. Serupa dengan hal tersebut, jika suatu kegiatan memperoleh subsidi, orang akan mencari cara untuk memanfaatkannya—entah itu sesuai dengan tujuan subsidi atau tidak.

## **Memanipulasi aturan**

Aturan, hibah, dan subsidi yang membebani atau kurang memadai membuat wirausaha dapat menghasilkan uang—atau menghindari biaya tinggi—dengan merekrut pengacara, akuntan, dan pelobi, alih-alih insinyur, desainer, manajer, serta pekerja produktif lainnya. Memanipulasi aturan—dengan melobi, mengambil tindakan hukum, membiayai politisi supaya berpihak, atau bahkan menyuap pejabat—bisa sangat menguntungkan, dan itulah mengapa banyak energi diarahkan untuk hal-hal tersebut. Bahkan di zaman Romawi Kuno, kekuasaan dan pengaruhlah yang membuka jalan ke orang-orang kaya, bukan perdagangan dan perniagaan—dua hal yang diremehkan orang-orang yang memiliki kekuasaan dan pengaruh pada waktu itu. Para kaisar memberikan monopoli eksklusif kepada sekutu dan individu-individu yang difavoritkan, bahkan untuk hal-hal penting seperti konstruksi, perkapalan, garam, dan pertambangan. Seribu tahun kemudian,

serikat-serikat kerja abad pertengahan di Inggris mendesak relasi-relasi mereka di pemerintahan untuk membatasi jumlah pekerja baru dalam perdagangan serta melarang pesaing datang dari kota lain. Pedagang, petani, dan produsen melobi para penguasa monarki agar dilindungi dari persaingan yang “tidak sehat”, seperti biji-bijian murah atau belacu cetak; bahkan mereka melarang mesin rajut yang dirancang untuk menghemat tenaga kerja. Seperti di Roma, kerajaan memberikan monopoli kepada berbagai individu dan perusahaan.

Hak-hak istimewa itu hanya dirasakan segelintir produsen yang beruntung, dengan mengorbankan masyarakat umum. Praktik tersebut bukan hanya tidak produktif, melainkan juga destruktif: hak-hak semacam itu menutup peluang kewirausahaan bagi yang lainnya, menghambat inovasi, mengurangi produktivitas, memaksa publik untuk membayar harga yang lebih tinggi dan menerima kualitas yang lebih rendah, serta mengalihkan talenta untuk memanfaatkan kekuasaan, alih-alih penciptaan nilai. Akan tetapi, di Inggris, ketika dukungan, hak istimewa, dan monopoli dari kerajaan semakin jarang diberikan pada abad ketujuh belas dan kedelapan belas, tidak banyak keuntungan yang diperoleh dari kronisme. Alhasil, perhatian kewirausahaan beralih dari hal-hal yang tidak produktif menjadi produktif sehingga merangsang inovasi, meningkatkan sektor pertanian, dan melahirkan revolusi industri.

## **Lisensi profesi**

Kendati demikian, kewirausahaan yang tidak produktif dan destruktif masih tetap ada. Seorang ekonom Amerika bernama Milton Friedman (1912–2006) mempelajari lisensi profesi, seperti dokter dan akuntan (Friedman 1962). Meski sebenarnya ditujukan untuk melindungi publik, Friedman menemukan bahwa lisensi profesi juga membawa efek sebaliknya. Dengan membatasi jumlah orang yang diizinkan untuk melakukan praktik, lisensi memungkinkan tenaga profesional mengenakan biaya yang lebih tinggi dan memberikan pelayanan yang kurang baik. Saat ini, lisensi profesi jauh lebih lazim daripada ketika Friedman menulis itu. Diperkirakan separuh profesi di Amerika Serikat membutuhkan lisensi, seperti penata rambut, pengurus pemakaman, joki, dan tukang manikur. Kewajiban untuk memiliki lisensi tersebut melindungi mereka dari persaingan. (Terlebih ketika suatu profesi yang menentukan aturannya sendiri, seperti dokter dan pengacara.) Maka, akan menjadi sulit bagi orang-orang dari luar bidang tersebut untuk memasuki pasar—

khususnya orang-orang miskin yang tidak mampu mengeluarkan biaya dan memenuhi persyaratan yang dibutuhkan untuk memperoleh lisensi.

Contohnya adalah skandal pemutih gigi di North Carolina. Pemutihan gigi adalah proses yang cukup sederhana. Anda ambil wadah plastik kecil, masukkan cairan ke dalamnya, lalu oleskan ke gigi klien. Pekerjaan ini tidak membutuhkan pelatihan khusus. Namun, melihat klinik-klinik pemutih gigi mulai menjamur di berbagai pusat perbelanjaan dan salon, dokter gigi berlisensi—yang memungut biaya lebih mahal—merasa keberatan. Mereka mendesak badan lisensi untuk mengeluarkan somasi untuk menghentikan operasi klinik-klinik pemutih gigi yang tidak berizin tersebut. Karena dokter gigi mendominasi lembaga lisensi, dan klinik-klinik tersebut kurang terwakili, mereka memanfaatkan kekuasaan resmi lembaga guna mengurangi persaingan dan membatasi pilihan konsumen (NPR 2018).

Lisensi untuk mengemudi taksi banyak dijumpai di seluruh dunia. Lisensi ini juga diberlakukan untuk menjamin keamanan penumpang dengan memastikan bahwa pengemudi tersebut merupakan orang yang “layak dan sesuai”; namun, akibatnya adalah pembatasan jumlah pengemudi dan kenaikan harga. Pada 1937, misalnya, New York—di bawah tekanan dari para pengemudi taksi yang merasa kesulitan mendapatkan penumpang pasca-Depresi Besar dan dirugikan oleh pengemudi taksi tidak berlisensi—berhenti menerbitkan lisensi baru. Saat ini, hanya ada 13.500 pengemudi taksi berlisensi—dua pertiga dari jumlah tertinggi pada 1930-an, walaupun permintaan akan taksi melonjak. Namun, itulah yang diinginkan para pemilik lisensi taksi (yang menyewakannya kepada pengemudi berdasarkan hitungan jam). Baru-baru ini, aplikasi berbagi tumpangan mendobrak pasar taksi; tetapi mereka dilawan oleh penyedia layanan yang telah lama ada—yang terwakili dalam lembaga lisensi—seperti “taksi hitam” di London, misalnya. Oleh karenanya, aplikasi-aplikasi berbagi tumpangan yang menawarkan harga lebih murah dan layanan yang lebih baik kerap terdepak dari persaingan. Prancis bahkan memenjarakan pejabat eksekutif Uber berkat kuatnya pengaruh lobi pebisnis terhadap para politisi.

Banyak regulasi didorong oleh perusahaan-perusahaan besar yang mempromosikannya sebagai regulasi untuk melindungi publik. Namun, mereka juga diuntungkan (baik secara sadar maupun tidak) oleh berkurangnya persaingan. Aturan-aturan operasional, seperti persyaratan modal minimum, batas harga atas dan bawah, serta standar-standar produk atau proses yang ketat menyulitkan

*startup* untuk menyediakan produk-produk inovatif yang lebih terjangkau. Bahkan, sekadar *mematuhi peraturan* dapat memakan biaya tinggi bagi perusahaan-perusahaan pesaing yang kecil. Perusahaan-perusahaan besar dapat dengan mudah mengeluarkan uang untuk menciptakan hambatan hukum demi mempersulit perusahaan-perusahaan baru yang mengambil konsumen mereka; dan mereka bisa melobi dan menjalin relasi kroni dengan regulator demi mengubah regulasi agar memihak kepada mereka dan mempersulit para kompetitor.

## **Meningkatnya kewirausahaan politik**

Memang benar bahwa bisnis yang tidak diregulasi dapat mengakibatkan dampak-dampak sosial yang merugikan, seperti penawaran yang menyesatkan konsumen, standar produksi dan kualitas yang buruk, kontrak sepihak, atau kondisi kerja yang tidak aman. Namun, ulasan yang buruk dari konsumen (terutama di zaman serba daring ini) menyingkirkan usaha-usaha yang melakukan praktik buruk atau memberikan produk berkualitas rendah. Lagipula, mayoritas wirausaha ingin menciptakan produk yang terbaik dan inovatif yang disukai dan dihargai oleh konsumen. Yang lebih berbahaya adalah regulasi berlebihan, serta kecenderungan regulasi untuk berkembang di bawah tekanan dari produsen-produsen yang diuntungkan. Perkembangan regulasi tersebut mempersulit perusahaan-perusahaan baru untuk tumbuh dan maju, menghalangi adopsi teknologi-teknologi baru, menghambat kemajuan, dan menyuburkan kronisme.

Hal ini berlaku benar di seluruh dunia. Para *chaebol*<sup>6</sup> di Korea Selatan diuntungkan oleh regulasi dan subsidi pemerintah, dan mereka telah mengendalikan perekonomian Korea Selatan selama bertahun-tahun—hingga akhirnya praktik suap dan korupsi mereka terbongkar. Kaum oligarki di Rusia semakin kaya berkat patronasi politik, sementara masyarakat umum Rusia tidak memperoleh keuntungan apa-apa. Survei terhadap wirausaha di Polandia mengungkap bahwa mereka lebih berfokus pada aktivitas-aktivitas yang tidak produktif daripada yang produktif (Dominiak dan Wasilczuk 2017). Di Eropa bagian timur, ceritanya kurang lebih sama. Sementara itu, perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat tidak hanya mengeluarkan miliaran dolar untuk melobi; mereka

---

<sup>6</sup> Istilah *chaebol* mengacu kepada konglomerat bisnis besar milik keluarga di Korea Selatan yang mendominasi perekonomian negara tersebut. Chaebol dapat mencakup satu perusahaan besar atau beberapa kelompok perusahaan yang beroperasi di berbagai industri, seperti Samsung, Hyundai, SK Group, dan LG Group.

juga rela membayar mahal agar eks regulator dan eks menteri dapat menjadi anggota dewan mereka. Kekuasaan pemerintah menarik mereka-mereka yang ingin memanfaatkannya.

Bisa dibilang bahwa lambatnya tingkat pertumbuhan ekonomi di banyak negara maju, seperti Amerika Serikat dan di Eropa, tidak diakibatkan oleh kurangnya kewirausahaan dan menurunnya jumlah *startup*. Hal tersebut justru disebabkan energi kewirausahaan yang beralih dari aktivitas-aktivitas produktif menjadi tidak produktif; dari membuat produk-produk yang lebih baik dan terjangkau menjadi kegiatan melobi, terlibat dalam kronisme, dan berlitigasi. Kepentingan pribadi menguntungkan masyarakat hanya jika lembaga-lembaganya selaras secara positif. Jika tidak, bahkan negara-negara kaya pun bisa mengalami kemunduran akibat kronisme dan meningkatnya aktivitas yang tidak produktif—seperti yang terjadi di Roma dan Tiongkok kuno ratusan tahun yang lalu.

## **Kewirausahaan dan lembaga**

Lalu, bagaimana kita bisa menciptakan lembaga dan insentif demi mempertahankan kewirausahaan yang produktif? Iklim politik yang stabil dan akses yang baik terhadap modal tentu dapat membantu. Hak kepemilikan yang aman, reliabilitas sistem peradilan, dan pembatasan kekuasaan politik juga penting.

Akan tetapi, untuk menciptakan kondisi-kondisi tersebut tidaklah mudah. Lembaga-lembaga lama mungkin membuat insentif-insentif yang tidak tepat, tetapi sangat berakar pada sejarah, kebudayaan, dan sistem kepercayaan. Biasanya, insentif-insentif tersebut akan dipertahankan habis-habisan oleh pihak-pihak yang diuntungkan yang biasanya merupakan pihak otoritas. Maka dari itu, tidak seperti yang dibayangkan oleh buku-buku teks ekonomi pada umumnya, perubahan kelembagaan tidaklah mudah untuk dilakukan. Perubahan kelembagaan bersifat politis dan emosional. Ketika Tembok Berlin runtuh pada 1989, misalnya, banyak orang ingin terbebas dari keadaan represif era sebelumnya. Mayoritas ekonom Barat mengharapkan sistem ekonomi berbasis pasar dan moralitas agar cepat tersebar dan menjadi dominan. Hal tersebut memang terjadi di beberapa negara, khususnya yang lembaga-lembaga liberalnya ada sejak sebelum era Soviet (seperti Estonia dan Republik Ceko). Namun, di sebagian besar negara, transisinya dipenuhi tantangan dan ketidakpastian. Beberapa negara (seperti Ukraina) mengalami berbagai perubahan kebijakan ekonomi. Beberapa

lainnya (seperti Rusia yang tidak memiliki nilai-nilai yang berorientasi pada pasar) tidak benar-benar mereformasi sistem ekonominya, tetapi melahirkan kelas baru berisi kaum oligarki dan kriminal. Kebudayaan, sejarah, agama, dan relasi kuasa memiliki pengaruh yang kuat. Lembaga-lembaga yang cacat juga memainkan peran signifikan.

Yang sering terjadi adalah negara-negara yang paling membutuhkan reformasi untuk mengarahkan wirausaha ke tujuan-tujuan produktif justru tidak melakukannya. Hal ini disebabkan otoritas yang berkuasa takut akan dampaknya terhadap kekuasaan mereka sendiri. Sebagian lainnya mungkin tidak menyadari bahwa mereka sangat membutuhkan reformasi dan tetap percaya bahwa mereka bisa mengelola pasar sembari menetapkan target capaian atau ketenagakerjaan. Korupsi yang menghalangi reformasi (bahkan di antara kepolisian dan otoritas peradilan) sulit untuk diberantas. Kewirausahaan lama yang destruktif pun terus bertahan.

Semangat kewirausahaan sangatlah kuat dan tersebar luas. Semangat ini adalah kekuatan besar untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemajuan. Namun, kita perlu membangun lembaga yang kokoh yang mengarahkan semangat tersebut ke arah yang bermanfaat secara sosial. Seyogianya kita tidak meremehkan tugas tersebut (Henrekson dan Sanandaji 2011).

# 8

## DAPATKAH PEMERINTAH MENDORONG KEWIRAUSAHAAN?

Melihat berbagai manfaat kewirausahaan bagi ekonomi dan masyarakat, banyak pemerintah telah mencoba mengembangkan kebijakan untuk mendorongnya. Banyak yang gagal, biasanya karena mereka tidak mengerti apa yang mereka coba buat, atau karena strateginya bersifat jangka pendek, terlalu birokratis, terlalu mengabaikan realitas pasar, atau terlalu berfokus pada tujuan politik alih-alih ekonomi. Upaya-upaya pemerintah untuk mendorong kewirausahaan adalah—seperti diistilahkan ekonom Harvard, Josh Lerner (2009)—“perjalanan penuh kegagalan” (*Boulevard of Broken Dreams*).

### Perjalanan penuh kegagalan

Pada 2002, misalnya, Uni Eropa (UE) mengadopsi “Strategi Lisbon”. Strategi ini menyatakan bahwa “pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan bergantung kepada bisnis dan semangat kreatif para wirausaha”, serta mengusulkan reformasi kebijakan untuk mendorong semangat tersebut. Strategi ini bertujuan menjadikan UE “ekonomi berbasis pengetahuan paling kompetitif dan dinamis di dunia” pada 2010 melalui “inovasi untuk pertumbuhan”, “investasi pada penelitian”, dan “pengembangan kewirausahaan dalam iklim bisnis yang kompetitif”. Akan tetapi, jauh sebelum 2010, UE mengakui bahwa Strategi Lisbon adalah kegagalan besar.

**Kegagalan kebijakan.** Alasan utama di balik kegagalan tersebut adalah Strategi Lisbon tidak membedakan antara perusahaan kecil dan perusahaan kewirausahaan. Strategi ini bertujuan melahirkan lebih banyak usaha kecil dan menengah; tetapi seperti yang telah kita lihat, jumlah usaha tidaklah sama dengan tingkat kewirausahaan dan bahkan bisa jadi sangat bertolak belakang. Tingkat kewirausahaan inovatif tergolong rendah di sejumlah negara UE, seperti Yunani, Italia, Spanyol, dan Portugal, meski tingkat kewiraswastaan mereka tinggi. Sementara itu, tingkat kewiraswastaan di Silicon Valley, salah satu kluster kewirausahaan paling dinamis di dunia, hanya separuh dari rata-rata wilayah lainnya di California (Sanandaji dan Sanandaji 2014).

Hibah, subsidi, dan keringanan pajak dapat menambah daya tarik kewiraswastaan. Namun, kebijakan-kebijakan yang mendorong kewiraswastaan tidak selalu mendorong kewirausahaan. Kebijakan-kebijakan tersebut kerap hanya mendorong produktivitas usaha-usaha kecil dan menghalangi wirausaha yang potensial untuk berkembang. Pakar kewirausahaan Tino dan Nima Sanandaji mengatakan, "Pertanyaannya adalah: 'Apakah kita menginginkan lebih banyak Google dan Walmart *atau* lebih banyak tukang pipa dan toko ritel independen?'" (Sanandaji dan Leeson 2013).

Strategi Lisbon juga mendukung peningkatan anggaran publik UE untuk penelitian dan pengembangan hingga 3 persen dari produk domestik bruto (PDB). Masalahnya, tidak ada kaitan yang jelas antara anggaran untuk penelitian dan kewirausahaan. Penelitian tidaklah sama dengan penemuan (*invention*), dan penemuan bukanlah inovasi produk. Penelitian bisa memberikan bahan untuk penemuan, dan penemuan bisa memberikan bahan untuk produk inovatif. Namun, produk-produk tersebut harus dikembangkan dan dibuat menarik agar dapat berkontribusi terhadap kemajuan dan pertumbuhan ekonomi, dan upaya tersebut memerlukan keterampilan kewirausahaan. Uang sebanyak apa pun untuk penelitian dari pemerintah (maupun sektor swasta) tidak akan menciptakan produk-produk yang lebih bernilai tanpa keterlibatan wirausaha.

Yang terakhir, Strategi Lisbon mengabaikan dampak krusial kebijakan ekonomi (seperti pajak dan regulasi) terhadap kewirausahaan. Wirausaha sudah dihadapkan dengan keuntungan yang tidak pasti. Pajak yang tinggi akan mengurangi potensi keuntungan serta meningkatkan risiko usahanya. Regulasi juga menambah "biaya waktu" (*time tax*) yang sangat membebani perusahaan kecil dan sedang berkembang yang mungkin belum cukup mapan untuk

menghadapinya. Selain itu, regulasi bisa menghambat pemanfaatan teknologi inovatif karena menerapkan standar-standar proses lama.

## Strategi lainnya

Ketika Lerner menelaah inisiatif-inisiatif pemerintah yang ditujukan untuk memicu kewirausahaan, ia menemukan bahwa sebagian besar gagal—dan sering kali hanya mengulangi kesalahan inisiatif-inisiatif yang pernah ada. Sebagai contoh, banyak negara telah mencoba untuk meniru dinamika kewirausahaan Silicon Valley; tetapi belum ada yang pernah berhasil. Sejumlah negara di Timur Tengah juga mencoba mencontoh Dubai yang berhasil mengubah kawasan pelabuhan alaminya menjadi pelabuhan bebas yang menjadi sentra perdagangan yang masif. Semua upaya tersebut berakhir dengan kerugian. Jelas, menciptakan pusat kewirausahaan dari nol bukanlah barang sepele. Keberhasilannya tergantung pada berbagai faktor geografis, keadaan, dan orang-orangnya.

**Pemerintah berkewirausahaan.** Banyak pemerintah juga telah berusaha menjadikan layanan sipil mereka “berkewirausahaan”, meski upaya-upaya tersebut pun banyak yang gagal (Klein 2017). Pada awal 2000-an, Perdana Menteri Inggris, Tony Blair, mengusulkan penyelenggaraan “layanan sipil berkewirausahaan” (*entrepreneurial civil service*), tetapi pencetus Easyjet, Stelios Haji-Ioannou, berkata kepadanya: “Anda tidak bisa memiliki layanan sipil berkewirausahaan karena Anda tidak memiliki pesaing.” Tanpa persaingan dan penghargaan besar atas kinerja baik, pegawai sipil akan enggan menumbuhkan semangat kewirausahaan. Komite House of Commons masih menginginkan “pelayanan sipil yang lebih inovatif dan berkewirausahaan” satu dekade kemudian (UK Government 2011).

Persaingan menjadi penting karena, jika konsumen tidak dapat beralih ke pemasok lain, hanya ada sedikit insentif bagi pemegang monopoli—baik publik maupun swasta—untuk mencari cara yang lebih baik dan terjangkau demi memberikan penawaran yang lebih baik dan terjangkau pula. Ditambah lagi, para pegawai negeri sipil sendiri pada akhirnya tidak dapat meraup keuntungan dari inovasi sukses yang dihasilkan. Paling-paling mereka mendapatkan kenaikan jabatan, tetapi mereka tidak pernah bisa mengharapkan kekayaan yang diimpikan para wirusaha komersial. Mereka lebih mungkin disalahkan dan kehilangan promosi jabatan jika proyeknya gagal. Akibatnya, motivasi mereka untuk

berinovasi dan mengambil risiko sangat terbatas. Prioritas utama mereka adalah “melindungi diri” dengan sebisa mungkin menyingkirkan segala risiko dari proyek.

Mengambil risiko menggunakan uang rakyat juga kontroversial. Ketika pemerintah nasional dan daerah membuat keputusan investasi yang buruk, mereka dikritik habis-habisan. Namun, ketika investasinya berhasil, mereka jarang dipuji. Tentu saja, pegawai negeri dibatasi oleh aturan-aturan yang memang dirancang untuk mencegah penggunaan uang rakyat untuk aktivitas berisiko tinggi. Di samping itu, pegawai sipil pada umumnya bukan pengambil risiko: mereka memilih profesi tersebut justru karena mereka menyukai keamanan.

### **Alasan di balik keterlibatan politisi**

Alasan-alasan mengapa politisi berusaha merangsang kewirausahaan telah dijelaskan: beberapa di antaranya adalah manfaat inovasi, peningkatan nilai, produktivitas, kemajuan, pertumbuhan ekonomi, perbaikan produk, dan manfaat sosial. Selain itu, karena pengembangan suatu produk memicu pengembangan produk lainnya, kewirausahaan mendorong perbaikan dan peningkatan nilai secara berkelanjutan dalam masyarakat. Karena itulah pemerintah ingin memotivasi wirausaha dan mendorong kewirausahaan.

Pemerintah juga mungkin merasa bahwa memiliki sektor kewirausahaan yang berkembang akan menambah prestise nasional, terutama untuk sektor yang mengembangkan teknologi-teknologi mutakhir seperti AI atau energi berkelanjutan. Mereka mungkin berpikir bahwa industri-industri tersebut dapat dipercepat pertumbuhannya jika pemerintah bisa menjembatani antara wirausaha dan sumber modal perkembangan, dan hal tersebut akan memberikan lebih banyak manfaat kepada masyarakat luas. Dengan tujuan yang sama, pemerintah sendiri bisa jadi menyediakan modal untuk wirausaha. Pemerintah mungkin merasa bahwa, meski wirausaha *startup* lebih memahami teknologi yang mereka kembangkan, mereka tidak terlalu mahir menjalankan bisnis ataupun meyakinkan orang lain untuk mendanai mereka. Maka dari itu, mereka memerlukan informasi, saran, atau bahkan bantuan untuk menegosiasikan kontrak dengan pemberi modal swasta. Pemerintah juga mungkin merasa bahwa mereka dapat menjembatani wirausaha lokal dengan sumber modal dari luar negeri—tidak hanya dengan memperkenalkan mereka kepada investor asing (hal yang tidak banyak diperhatikan oleh *startup*), tetapi juga dengan

mengefisienkan logistik serta mengurangi persyaratan administratif dalam mempertemukan keduanya.

Pemerintah mungkin memandang bahwa bantuan tersebut dapat menguntungkan generasi masa kini dan mendatang serta menciptakan perekonomian yang lebih terdiversifikasi dan kokoh. Mereka juga mungkin merasa bahwa tingkat kewirausahaan dan inovasi yang tinggi merupakan suatu prestise nasional, dan dukungan dari pemerintah akan menunjukkan bahwa mereka ingin mendorong inovasi dan menganggap serius para wirausaha. Atau, mereka beranggapan bahwa para pionir yang “membuka jalan” di segala sektor bisnis baru harus berjuang serta menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk melakukan penelitian dan pengembangan daripada mereka yang hanya ikut-ikutan dan meniru—meski manfaat sosial dari mengikuti usaha pionir juga tidak kalah besar. Maka dari itu, pemerintah ingin membantu pionir-pionir tersebut guna menstimulasi lebih banyak pemikiran inovatif demi memaksimalkan manfaat-manfaat sosial yang dihasilkan.

## **Kendaraan investasi publik**

Berangkat dari alasan-alasan tersebut, banyak pemerintah menaruh investasi besar-besaran untuk mendorong kewirausahaan. Banyak negara memiliki “dana abadi” atau “dana kekayaan sosial”—dana milik negara yang berinvestasi pada aset-aset keuangan seperti saham dan obligasi, emas atau valuta asing, ekuitas swasta, dan dana kelolaan. Kendaraan-kendaraan investasi tersebut sering kali didirikan sebagai perusahaan induk untuk investasi strategis, seperti usaha penerbangan atau utilitas, atau membangun modal jangka panjang untuk generasi masa depan (yang biasanya, seperti Norwegia, dari pendapatan yang berasal dari minyak atau aset komoditas lainnya yang tidak dapat diperbarui). Negara-negara berbasis komoditas juga bisa menggunakannya untuk menstabilkan pendapatan ketika harga komoditas fluktuatif. Namun, tujuan utamanya adalah menghindari penggunaan dana-dana tersebut untuk pembelanjaan publik yang tidak berkelanjutan serta menjaga kenaikan pendapatan yang tak terduga supaya tidak terbuang sia-sia.

Dana tersebut dapat digunakan untuk menyokong penelitian, pengembangan, pendidikan, dan pembelanjaan lainnya yang dirasa mampu mempromosikan kewirausahaan. Akan tetapi, karena jumlahnya besar dan sangat berpengaruh,

dana-dana ini dapat mendistorsi pasar dan menyingkirkan peran swasta dalam pembiayaan kewirausahaan. Sifatnya pun bisa sangat birokratis dan tidak transparan, dengan tujuan yang tidak pasti: bukan untuk menghasilkan keuntungan seperti sektor swasta, tetapi juga untuk memenuhi tujuan politik yang masih kabur dan dapat berubah. Masalah yang sama juga dapat ditemukan pada investasi publik lainnya yang ditujukan untuk mendorong kewirausahaan, seperti subsidi, hibah, proyek infrastruktur, dan keringanan pajak. Sering kali, seperti yang terjadi pada Strategi Lisbon, pemerintah tidak bisa mendefinisikan dengan jelas “kewirausahaan” yang ingin mereka dorong maupun mengukur keberhasilannya.

## **Pendukung dan penentang intervensi pemerintah**

Melihat itu semua, bukan hal yang mengejutkan jika upaya-upaya pemerintah untuk mendukung kewirausahaan banyak yang gagal dan tidak banyak bermanfaat untuk mendorong inovasi dan usaha. Namun, banyak pendukung intervensi-intervensi tersebut mempertanyakan apakah kewirausahaan dapat didorong hanya oleh pasar.

**Pemerintah dan TI.** Sebagai contoh, mereka berpendapat bahwa Silicon Valley bukanlah produk kapitalisme pasar murni. Pinjaman dan subsidi dari pemerintah banyak digelontorkan untuk inisiatif-inisiatif TI. Proyek pertahanan dan proyek lainnya memberikan uang kepada wirausaha TI untuk mendirikan *startup* dan mengembangkan bisnisnya. Stanford University adalah universitas swasta, tetapi pada 1950-an, universitas ini adalah tempat terbaik untuk menemukan peneliti yang dapat membantu militer dan badan intelijen untuk memecahkan masalah semasa Perang Dingin dan mendukung NASA memenangkan Perlombaan Antariksa. Pemerintah Amerika Serikat menjadi klien terbesarnya. Dari proyek-proyek tersebut, lahirlah perusahaan-perusahaan yang membuat perangkat TI keras dan lunak. Dana-dana “modal risiko” (*risk capital*) baru masuk setelah para investor di New York melihat fenomena ini (Medeiros 2019).

Selain itu, pemerintah berperan besar dalam membentuk pasar yang saat ini berisi perusahaan-perusahaan TI dari Silicon Valley. Bagaimanapun juga, internet pada mulanya adalah proyek komunikasi militer yang kemudian berkembang ke bidang akademis, dan akhirnya dapat diakses melalui komputer pribadi kita. Proyek Sistem Penentuan Posisi Global (Global Positioning System atau GPS)

juga merupakan inisiatif pemerintah. Algoritma pencarian Google didanai oleh hibah pemerintah; Windows, Google Maps, Cloud, dan konferensi video awalnya menerima dukungan besar dari pemerintah. Tesla memperoleh pinjaman sebesar setengah miliar dolar dari Departemen Energi Amerika Serikat, dan industri Elon Musk lainnya menerima hampir US\$5 miliar dolar dari dukungan pemerintah (*ibid.*). Bahkan, sistem paten yang digunakan perusahaan-perusahaan Silicon Valley untuk melindungi hasil penemuan mereka adalah dari pemerintah. Menurut sejumlah kritikus, gagasan bahwa Silicon Valley merupakan produk pasar bebas itu keliru dan hanyalah sebuah alasan agar pajak yang dikenakan rendah dan regulasinya tidak ketat.

**Penentang intervensi pemerintah.** Yang tidak setuju dengan intervensi pemerintah berpendapat bahwa mendorong usaha bukanlah urusan utama pemerintah, dan pemerintah pun tidak bisa dibilang kompeten dalam hal tersebut. Negara-negara lain, seperti Prancis, telah mencoba meniru Silicon Valley dan membentuk klaster-klaster teknologi mereka sendiri; tetapi upaya itu pun hanya menghabiskan banyak uang tanpa hasil yang signifikan. Pemberi modal ventura swasta mengamati dan menilai prospek *startup* setiap hari, mempunyai pengalaman dan pengetahuan praktis, serta memiliki insentif untuk bergerak cepat dan mengambil keputusan dengan tepat. Sementara itu, pegawai sipil sudah memiliki banyak tugas di luar hal itu dan lebih berfokus pada isu-isu politik daripada keuntungan. Untuk mencapai tujuan-tujuan kebijakan publik tertentu, mereka cenderung membuat program dukungan yang terlalu rumit yang bahkan terkadang tidak masuk akal dari sudut pandang bisnis.

Mereka juga kurang terampil dan berpengalaman untuk mempelajari investasi yang potensial secermat para pemodal ventura. Mereka kurang memahami seberapa besar dukungan yang perlu diberikan supaya uang rakyat tidak terbuang sia-sia atau terlalu sedikit untuk membuat perubahan yang berarti. Selain itu, pegawai sipil cenderung terlalu optimistis: mereka jarang memperhitungkan bahwa investasi mereka akan gagal, padahal sebenarnya sebagian besar *startup* mengalami kegagalan.

Struktur insentif pemerintah dan pengusaha juga tidak selaras. Wirausaha—yang berfokus pada nilai jangka panjang dari usaha mereka—mengorbankan waktu untuk mengembangkan produk dan proses yang mungkin memerlukan waktu bertahun-tahun, atau bahkan berpuluh-puluh tahun, hingga akhirnya dapat

berhasil. Politisi jarang membuat pandangan jauh ke depan yang melampaui siklus pemilihan umum. Mereka ingin cepat-cepat memberikan uang kepada usaha-usaha prospektif, dengan harapan lekas sukses supaya dapat mereka tunjukkan di masa pemilihan selanjutnya. Namun, dalam ketergesaan itu, mereka tidak banyak memperhitungkan struktur, kekuatan, dan kelemahan perusahaan-perusahaan tersebut, atau potensi pasar yang ingin dijajaki, atau kebutuhan mereka yang sebenarnya, atau syarat dan ketentuan apa yang terbaik untuk diterapkan dalam dukungan pemerintah yang diberikan.

Pemerintah juga dapat diambil alih, dan program-programnya dimanipulasi sehingga berujung pada keputusan-keputusan investasi yang buruk dan hasil yang kontraproduktif. Pada 1776, ketika Pemerintah Inggris memberikan subsidi (“hadiah”) kepada armada-armada penangkap ikan berdasarkan ukuran kapal, Adam Smith mengeluhkan bahwa “kapal-kapal menjadi banyak dipersiapkan untuk mendapatkan hadiah, bukan menangkap ikan”. Praktik yang dilakukan wakil-wakil daerah untuk mengarahkan anggaran ke proyek-proyek yang memihak kepada daerahnya sendiri juga sangat lazim dan tidak menghasilkan keputusan yang baik. Motif untuk menciptakan lapangan kerja pun sering kali diarahkan ke proyek-proyek yang kurang efektif, bukan mendukung usaha. Hibah dan subsidi yang ditujukan untuk usaha-usaha kecil dan menengah diambil alih pemain-pemain besar yang mampu membayar orang-orang khusus untuk melobi, memperoleh dana-dana tersebut, serta membuat pelaporan sebagaimana disyaratkan. Kronisme memperparah ketimpangan. Dan ketika pemerintah memerlukan masukan profesional untuk menentukan usaha mana saja yang perlu diberi dukungan, sebagian besar anggaran diarahkan kepada konsultan, alih-alih penerima manfaat yang disasar.

Pihak-pihak yang tidak setuju dengan intervensi pemerintah juga mempertanyakan apakah modal dari pemerintah benar-benar dibutuhkan. Dalam beberapa dasawarsa terakhir, industri modal ventura swasta—investor yang mau mengambil risiko besar dalam memberikan modal (salah satunya berbentuk kepemilikan) kepada usaha-usaha baru yang cepat bertumbuh demi memperoleh keuntungan besar—mengalami perkembangan pesat (Nanda 2016). Industri modal ventura kini berskala global; jadi, dapatkah pemerintah nasional benar-benar membuat perbedaan, dan bukan hanya menghalangi?

Bukti menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan muda yang disokong oleh dana modal ventura swasta memiliki kinerja yang lebih baik daripada

perusahaan lainnya. Secara mengejutkan, hampir dua pertiga (63 persen) dari perusahaan-perusahaan kewirausahaan yang berhasil melakukan penawaran umum perdana di Amerika Serikat berasal dari sebagian kecil (0,1 persen) perusahaan yang didanai oleh modal ventura (Sanandaji dan Sanandaji 2014). Hal ini bisa jadi disebabkan para pemberi modal ventura menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk mengevaluasi secara teliti perusahaan-perusahaan yang mereka beri modal, terlibat dalam pengelolaan perusahaan-perusahaan tersebut, serta melakukan pengawasan yang ketat dan berkelanjutan atas kinerja mereka. Maka dari itu, tidaklah mengejutkan jika wirausaha-wirausaha yang tidak mendapatkan pengawasan, bantuan, dan pemantauan seketat itu berkinerja lebih rendah. Pemerintah juga tidak melakukan hal-hal tersebut dengan baik.

Selalu ada pekerjaan penting untuk dilakukan: membuka peluang penjualan, memberikan dukungan finansial, mencari karyawan-karyawan kunci, atau mempelajari teknik bisnis baru. Investor ventura harus selalu siap memberikan saran, meyakinkan, membimbing, dan memotivasi, semuanya demi membantu membangun usaha. Oleh karenanya, modal ventura berubah menjadi modal kreatif yang sejati—menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan dan kesuksesan finansial bagi organisasi yang melakukan investasi.

— Georges Doriot, pemodal ventura

## Mengondisikan iklim yang tepat

Melihat banyaknya upaya pemerintah untuk mendorong kewirausahaan, Lerner menyimpulkan bahwa hal terpenting adalah menyadari bahwa kewirausahaan memerlukan iklim ekonomi dan kebijakan yang tepat untuk berkembang.

**Iklim yang tepat.** Literasi dan pendidikan formal adalah dua dari beberapa faktor terpenting yang mendorong kewirausahaan. Pendidikan melahirkan ide dan mengembangkan keterampilan dasar untuk berhubungan dengan orang lain, menjalankan usaha, dan mengelola uang. Dalam kasus-kasus tertentu, memiliki pusat akademik, sains, dan penelitian lokal dapat berguna untuk menghasilkan pengetahuan dan gagasan yang menarik inovator serta menjadi fondasi yang

dapat dikembangkan wirausaha menjadi aplikasi praktis—seperti peran Stanford University dalam pembentukan Silicon Valley.

Pasar tenaga kerja yang fleksibel juga penting (Henrekson 2020). Jika regulasi meningkatkan biaya untuk merekrut dan memberhentikan karyawan, wirausaha akan merekrut dengan hati-hati, dan karyawan akan bertahan dalam pekerjaan yang sama terlalu lama. Sebaliknya, jika orang-orang dapat berpindah dari satu pekerjaan ke pekerjaan lainnya dengan mudah, mereka akan menemukan pekerjaan yang paling sesuai dengan mereka, dan wirausaha akan lebih mudah mencari talenta khusus yang mereka butuhkan. Pasar tenaga kerja yang fleksibel juga memungkinkan karyawan untuk berpindah-pindah antarpekerjaan, dan perusahaan-perusahaan baru bisa berpindah serta berkumpul di tempat yang membuat mereka dapat saling berbagi ide dan talenta.

Kewirausahaan juga didorong oleh adanya standar-standar global untuk pemerintah dan aktivitas bisnis yang membuat mudah untuk menarik investasi dari belahan dunia lainnya (Lerner 2009). Tentu saja, harus ada kemauan untuk menerima investasi internasional tanpa ketentuan birokratis—seperti industri apa yang bisa diberi investasi oleh investor asing, seberapa banyak mereka bisa berinvestasi, atau persyaratan administrasi yang tidak perlu dan berbelit-belit (yang sangat lazim di banyak negara). Harus ada aturan hukum yang mengatur agar kontrak dapat ditegakkan melalui proses peradilan independen guna mendorong investor asing memberikan modalnya kepada usaha-usaha yang potensial. Pasar produk juga harus terbuka agar wirausaha diuntungkan karena produk-produknya dapat dipasarkan di seluruh dunia.

**Iklm yang tidak tepat.** Sementara itu, mudah untuk menciptakan iklim politik dan ekonomi yang tidak tepat bagi wirausaha. Siklus *boom* (pelaku pasar dipenuhi euforia terhadap pertumbuhan jumlah *startup*) dan *bust* (pelaku pasar menyadari kesalahan investasi) sangatlah berdampak negatif: siklus ini mendorong bisnis untuk berekspansi secara berlebihan di tahun-tahun *boom*, tetapi mengakibatkan kerugian, penutupan bisnis, dan kemubaziran setelah masa *boom* berakhir.

Siklus ini umumnya dipicu oleh penambahan jumlah uang yang berlebihan dan penurunan suku bunga secara artifisial oleh bank sentral—sering kali dilakukan secara sengaja untuk memicu *boom*. Namun, *boom* artifisial ini kemudian diikuti oleh penyesuaian kembali yang riil dan mahal—seperti rasa pengar setelah mengonsumsi obat-obatan penambah semangat yang bersifat sementara.

Wirausaha membutuhkan kestabilan ekonomi jangka panjang jika mereka ingin berinvestasi secara produktif dan memprediksi kondisi pasar di masa mendatang.

Pajak, regulasi, lisensi, dan persyaratan registrasi yang memperumit pendirian dan operasi perusahaan akan mempersulit wirausaha untuk mendirikan usaha-usaha baru demi mengantarkan inovasi. Sementara itu, pajak atau regulasi yang berpihak kepada perusahaan dan sektor tertentu akan menghadirkan tantangan bagi wirausaha. Hampir selalu perusahaan-perusahaan yang mapan, dengan pelobi dan administrator mereka, yang paling diuntungkan oleh keberpihakan semacam itu, bukan perusahaan *startup* baru. Lagi-lagi, sulit untuk berinvestasi secara rasional jika Anda tidak dapat memprediksi jenis usaha apa yang akan didukung atau dihambat oleh pemerintah yang akan datang.

Pemerintah juga perlu berhati-hati agar tidak membuat kebijakan yang menghambat tawar-menawar terbuka (*open bargaining*) dalam bentuk apa pun—antara perusahaan dan pemasok, antara perusahaan dan pengelola keuangan, antara perusahaan dan konsumen, serta antara perusahaan dan karyawan. Contohnya, Brasil mencoba mendorong produksi perangkat keras komputer domestik pada 1980-an dengan membatasi impor dan menghambat kerja sama dengan produsen asing. Namun, yang justru terjadi adalah usaha-usaha lain di Brasil harus membayar dua kali lipat harga internasional untuk peralatan kantor yang ketinggalan zaman sehingga mengurangi daya saing Brasil secara keseluruhan (Brooke 1990).

Serupa dengan kasus tersebut, standar-standar manufaktur dan regulasi pemasaran seringnya didasarkan pada teknologi-teknologi yang telah usang sehingga otomatis melarang penggunaan teknologi-teknologi baru. Contohnya, meski jauh lebih aman daripada rokok dan bisa membantu perokok berhenti, produk-produk rokok elektrik sering kali diatur oleh regulasi yang sama dengan rokok tembakau.

Karena ketidaktahuan, pemerintah mudah mendisrupsi proses pasar secara keseluruhan, termasuk kewirausahaan di dalamnya. Dalam perekonomian yang sangat terspesialisasi pada zaman sekarang, misalnya, pengelolaan pemanfaatan sumber daya—yakni cara menentukan sumber daya apa (dari sekian banyak yang tersedia) yang paling baik diterapkan melalui metode tertentu demi menghasilkan *output* yang diinginkan guna memaksimalkan nilai dan meminimalkan biaya—menjadi penghitungan yang sangat sulit. Penghitungan ini hanya dapat diselesaikan ketika harga bebas bergerak sehingga wirausaha dapat mendeteksi sumber

daya dan *output* apa yang paling dihargai, kemudian mengarahkan produksi ke arah tersebut. Intervensi politik yang membatasi harga (lazim di pasar produk-produk esensial, seperti makanan dan utilitas) atau menetapkan upah minimum (lazim di mana-mana) mendistorsi atau menahan informasi harga pasar sehingga wirausaha kesulitan menemukan surplus atau kekurangan dan mengarahkan produksi dengan sesuai.

Sebagian besar kebijakan yang kontraproduktif seperti ini bermula dari tujuan yang baik; tetapi mudah ditunggangi oleh kepentingan kelompok-kelompok tertentu, termasuk industri yang sudah mapan. Sayangnya, manfaat-manfaat jangka pendek yang dirasakan oleh kelompok-kelompok tersebut jauh lebih kecil daripada manfaat-manfaat jangka panjang dan umum yang dirasakan oleh ekonomi kewirausahaan yang berkembang.

Wirausaha mengalihkan sumber daya ekonomi dari tempat-tempat dengan produktivitas dan hasil yang rendah ke yang lebih tinggi.

— Jean-Baptiste Say, *Traité d'économie politique*

## **Dorongan berbasis tujuan?**

Sejumlah ekonom percaya bahwa pemerintah masih memiliki peran kuat dalam mendorong inovasi dan kewirausahaan. Mereka berpendapat bahwa, alih-alih berfokus menyokong usaha atau teknologi tertentu, pemerintah seharusnya menetapkan tujuan-tujuan yang sangat luas bagi masyarakat sehingga mendorong inovator mengembangkan caranya sendiri untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Tujuan tersebut dapat meliputi penjelajahan ruang angkasa; pengembangan teknologi AI atau energi bersih; perbaikan pelayanan kesehatan atau kualitas dan distribusi pangan; pengkajian ulang cara kita hidup di perkotaan; pembersihan lautan, dan banyak lainnya. Para pendukung gagasan ini mengatakan bahwa “manajemen berbasis tujuan” cocok dengan dunia bisnis serta merangsang pemikiran inovatif untuk memecahkan masalah-masalah manajemen atau produksi yang tampak sulit (Medeiros 2019).

Ini akan menjadi cara yang sangat berbeda untuk mendorong inovasi dan kewirausahaan dan mungkin menghindari masalah-masalah umum, seperti tujuan jangka pendek yang kurang mempertimbangkan capaian jangka panjang, regulasi yang terlalu spesifik, kekakuan birokrasi, kebijakan atas bawah (*top-down*)

yang tidak fleksibel, optimisme berlebihan, dan fokus pada politik alih-alih tujuan bisnis. Kendati demikian, masalah masih tetap ada.

Sebagai contoh, siapa yang menentukan tujuan-tujuan sosial ini? Salah satu hal baik dari ekonomi berbasis pasar adalah individu menentukan tujuannya sendiri: mereka tidak butuh politisi dan pejabat untuk melakukan itu. Wirausaha mengikuti pilihan publik—dan dalam ekonomi yang bebas dan terbuka, mereka melakukannya dengan sangat efisien. Banyak tujuan yang diusulkan—katakan, penjelajahan luar angkasa—memang menginspirasi, tetapi tanpa analisis biaya-keuntungan yang terperinci, bagaimana kita bisa tahu bahwa tujuan tersebut akan sebanding dengan waktu, uang, dan tenaga yang dikeluarkan? Bisa jadi ada dampak komersial yang timbul, seperti ketika negara-negara berlomba-lomba mendarat di bulan pada 1960-an, tetapi kita tidak bisa yakin akan hal tersebut (bahkan dalam kasus tersebut, kita tidak tahu apakah dampak komersialnya sebanding dengan biaya besar yang telah dikeluarkan).

Pemerintah mungkin memiliki alasan yang valid untuk mendorong inovasi; dan strategi berbasis tujuan ini setidaknya berbeda dari upaya-upaya lama yang “memilih pemenang” (yakni, memprediksi teknologi, sektor, atau bahkan perusahaan mana yang akan berhasil). Namun, tetap saja pemerintahlah yang menetapkan tujuannya dan menentukan upaya kewirausahaan apa yang perlu difokuskan, bukan konsumen individu. Faktanya, tujuan-tujuan besar ini bukan tujuan ekonomi—bahkan mungkin tidak praktis dan bermanfaat—dan hanya sekadar daftar hal-hal yang ingin dicapai oleh kaum intelektual dan politisi yang ambisi dan keputusannya berbeda dari orang-orang pada umumnya yang dihadapkan dengan berbagai tantangan. Mengapa impian segelintir orang elite lebih penting dari impian orang lain?

Di samping itu, seperti pendekatan yang “memilih pemenang”, tujuan-tujuan tersebut akan dipilih berdasarkan tren sosial dan politik tertentu, bukan untuk benar-benar memenuhi kebutuhan dan tujuan masyarakat pada umumnya. Dari cara kerja politik, kemungkinan yang dipilih adalah proyek-proyek yang besar, mentereng, dan mahal, alih-alih proyek yang kecil, tepat sasaran, dan sederhana yang mungkin memberikan lebih banyak nilai. Apabila pemerintah memang ingin berfokus pada kecerdasan wirausaha untuk menghasilkan manfaat bagi manusia, mereka lebih baik menciptakan kondisi yang tepat bagi kewirausahaan dan tidak ikut campur.

## Belajar dari pengalaman

Josh Lerner menyimpulkan bahwa kesalahan-kesalahan yang berulang merupakan penyebab gagalnya sebagian besar upaya pemerintah untuk mendorong kewirausahaan. Negara harus menghindari upaya yang sekadar meniru kebijakan-kebijakan seperti hibah usaha dan subsidi pajak, misalnya, karena mungkin kebijakan-kebijakan tersebut juga salah arah. Bahkan, meniru apa yang sudah berhasil di tempat lain pun kemungkinannya akan gagal karena terdapat perbedaan sejarah, geografi, masyarakat, kebudayaan, dan pasar.

Fokus berlebihan pada lingkup lokal juga menjadi masalah umum lainnya. Pemerintah perlu menyadari bahwa pasar modal ventura bersifat internasional. Mereka perlu memahami hal tersebut dan mengikuti dinamika ini, alih-alih mencoba mengalokasikan dana publik ke proyek yang populer atau berpihak secara politis.

Menggunakan jasa konsultan dan perantara finansial dapat menjadi strategi yang mahal dan tidak efektif. Seringnya, dana pemerintah justru lebih banyak berakhir di kantong konsultan, bukan wirausaha yang sejatinya ingin dibantu.

Keringanan pajak dan subsidi bagi investor juga merupakan kesalahan umum, kata Lerner. Manfaatnya hanya bertahan selama insentif-insentif tersebut diberikan—yang, mengingat bahwa kondisi politik terus mengalami perubahan, umumnya tidak terlalu lama. Ketika insentif-insentif itu berhenti diberikan, para investor dan wirausaha akan mencari tempat lain yang menjanjikan hal yang sama.

Insentif dan subsidi pajak yang diberikan besar di awal sangat berdampak negatif: bentuk insentif seperti ini memotivasi ekspansi besar-besaran dan teknik produksi yang mahal, serta tidak berfokus pada apa yang benar-benar diinginkan konsumen. Contohnya adalah insentif sebesar US\$120 juta yang diberikan oleh Pemerintah Inggris kepada DeLorean Motor Company pada 1970-an (lebih dari separuh biaya rintisananya) untuk memproduksi model pintu “*gull wing*” (pintu yang terbuka ke atas, menyerupai sayap burung camar) yang terkenal di Irlandia Utara, wilayah dengan tingkat pengangguran tinggi. Namun, tidak ada permintaan pasar yang cukup sehingga perusahaannya gagal. Alhasil, lapangan pekerjaan serta uang rakyat akhirnya hilang begitu saja. Hal menarik dari kasus ini—berkaitan juga dengan yang telah dibahas di awal bab ini—adalah bahwa Pemerintah Inggris merasa harus menyaingi atau mengalahkan Pemerintah Irlandia yang juga tertarik membiayai proyek DeLorean. Mencoba menyaingi atau mengalahkan insentif buruk yang ditawarkan oleh pemerintah lain jelas hanya akan membuang-buang uang rakyat untuk hal yang sia-sia.

# 9

## IKLIM KEWIRAUSAHAAN

Lalu, apa yang bisa dilakukan secara lebih positif untuk mendorong kewirausahaan dan menyebarkan manfaat-manfaatnya kepada masyarakat dan kehidupan perekonomian? Yang pertama adalah melihat lembaga-lembaga di sejumlah negara yang diakui secara umum sebagai negara berkewirausahaan tinggi dan memetik pelajaran dari mereka.

### **Mengapa Amerika Serikat berkewirausahaan tinggi?**

Berdasarkan ukuran apa pun, Amerika Serikat adalah negara yang sangat berkewirausahaan. Jadi, seperti apakah lembaga-lembaganya?

**Pendidikan?** Apakah keunggulan pendidikan dan penelitian suatu negara penting dalam memupuk inovasi dan kewirausahaan? Amerika Serikat memiliki banyak universitas dan lembaga penelitian terbaik tingkat dunia. Namun, di seluruh dunia, tidak ditemukan adanya korelasi yang jelas antara kewirausahaan dan anggaran untuk penelitian.

**Ukuran pasar?** Apakah ukuran pasar domestik faktor yang berpengaruh? Apakah ukuran pasar domestik yang besar membantu wirausaha dalam menggaet konsumen dan berkembang? Tentu saja, Amerika Serikat adalah negara yang besar dengan populasi mencapai lebih dari 325 juta penduduk. Akan tetapi, lagi-lagi tidak

ada korelasi yang jelas antara ukuran pasar domestik dan tingkat kewirausahaan. Populasi UE bahkan lebih besar (445 juta penduduk) dan diuntungkan oleh aliran produk (dan juga aliran penduduk) yang bebas antarnegara anggota. Meski demikian, dari berbagai ukuran, kawasan ini memiliki tingkat kewirausahaan yang jauh lebih rendah daripada Amerika Serikat.

**Faktor lainnya?** Tampaknya, faktor-faktor lain jauh lebih berpengaruh. Faktor-faktor tersebut meliputi akses terhadap modal, kebebasan untuk berinovasi dan bertindak, kebudayaan, perpajakan, regulasi, kualitas manajemen, serta lembaga hukum dan lainnya di Amerika Serikat. Oleh karenanya, faktor-faktor ini penting untuk ditelaah secara lebih lanjut.

## **Kekayaan, kebebasan, dan kebudayaan**

**Kekayaan dan modal.** Amerika Serikat adalah negara yang kaya dengan sistem pendidikan dan kesejahteraan yang baik. Hampir setiap penduduknya memiliki fondasi pendidikan yang dibutuhkan untuk memulai usaha, serta akses terhadap modal yang berasal dari tabungan, teman, dan keluarga. Akses yang lebih baik terhadap modal mungkin menjelaskan mengapa banyak negara kaya cenderung lebih berkewirausahaan (atau mungkin, justru sebaliknya, banyak negara berkewirausahaan cenderung lebih kaya).

**Kebebasan.** Amerika Serikat juga lebih menjunjung tinggi kebebasan pribadi dibandingkan dengan mayoritas negara lainnya. Apakah kebebasan tersebut kemudian memberi wirausaha kemampuan untuk bereksperimen dengan berbagai produk dan cara berbisnis yang baru? Statistik menunjukkan bahwa, entah mengapa, kebebasan dan kewirausahaan saling berkaitan. Negara-negara yang berada di puncak indeks Economic Freedom of the World (Kebebasan Ekonomi Dunia) dari Fraser Institute juga menduduki peringkat teratas pada ukuran-ukuran kewirausahaan (Kreft dan Sobel 2005). Ada korelasi yang kuat juga (0,87) antara skor kebebasan negara-negara pada Index of Economic Freedom (Indeks Kebebasan Ekonomi) tahun 2019 dari Heritage Foundation dan dinamika kewirausahaan sebagaimana diukur oleh skor Pilar Iklim Usaha pada Prosperity Index (Indeks Kemakmuran) dari Legatum Institute (Kim 2020). Selain itu, ada korelasi yang kuat (0,77) antara skor negara secara keseluruhan pada Index of

Economic Freedom (Indeks Kebebasan Ekonomi) dan skor pada Global Innovation Index (Indeks Inovasi Global) yang dipublikasikan oleh Cornell University, INSEAD, dan World Intellectual Property Organization (*ibid.*).

Masyarakat yang paling banyak berinovasi adalah masyarakat yang orang-orangnya memiliki kebebasan terbesar untuk saling berbagi ide. Kebebasanlah—dan bukan upaya negara—yang menjadikan Inggris pada Era Victoria dan California masa kini sebagai pusat inovasi. Kendali pemerintah dalam pengaturan ekonomilah yang menghalangi Rusia di bawah kepemimpinan Stalin, Tiongkok di bawah kepemimpinan Mao, dan Zimbabwe di bawah kepemimpinan Mugabe ... menjadi pusat inovasi seperti itu.

— Matt Ridley, [freemarketconservatives.org](http://freemarketconservatives.org)

Dengan kata lain, tidak hanya kekayaan yang menjadi faktor penting, melainkan juga kebebasan. Sekitar 35 negara lebih kaya daripada Estonia, misalnya, tetapi Estonia mempunyai skor yang tinggi pada kebebasan dan kewirausahaan.

Ada alasan kuat di balik hal ini. Menurut Matt Ridley (2020), negara jarang menjadi pihak yang mendorong inovasi. “Yang sering terjadi adalah,” tulisnya, “reka cipta dan penemuan muncul secara kebetulan dan berasal dari pertukaran ide, dan ia didorong, ditarik, dibentuk, ditransformasikan, dan diwujudkan oleh orang-orang, baik itu individu, perusahaan, pasar, dan, ya, terkadang pegawai negeri”. Inovasi adalah proses evolusi yang akan berjalan mulus jika orang-orangnya bebas mencari cara-cara yang baru dan lebih baik.

**Keterbukaan.** Budaya terbuka (*openness*) juga tampaknya menjadi faktor yang penting. Amerika Serikat, misalnya, adalah tempat yang menyambut baik wirausaha. Deirdre McCloskey berpendapat bahwa sikap positif terhadap usaha akan mendorong kewirausahaan—dan selalu seperti itu. Menurutnya, “nilai-nilai borjuis” menjelaskan berkembangnya perdagangan di Inggris sebelum dan semasa Revolusi Industri; dan nilai-nilai yang sama juga hidup di Amerika Serikat masa kini (McCloskey 2007). Sebagai bagian dari kebudayaan Amerika Serikat yang sama, pengembangan diri dipandang sebagai sesuatu yang positif, dan orang-orangnya lebih enggan bergantung kepada bantuan negara daripada di tempat-tempat lain. Wirausaha dan wirausaha super tidak dicela—seperti yang umumnya

terjadi di negara-negara yang lebih sosialis—melainkan umumnya dihormati. Di samping itu, kegagalan seseorang di masa lalu tidak membuat mereka dianggap remeh dan dihalangi untuk mencoba lagi.

## **Inovasi tanpa izin**

Sejumlah sistem hukum mendorong kewirausahaan dengan lebih baik daripada sistem-sistem hukum lainnya. Kewirausahaan lebih lazim dalam tradisi hukum Inggris daripada Jerman, misalnya. Bahkan lebih mengejutkannya, kewirausahaan lebih lazim tiga kali lipat dalam tradisi hukum Inggris daripada Skandinavia, dan lima kali lipat daripada Prancis (Sanandaji dan Sanandaji 2014).

**Tradisi hukum yang saling bertentangan.** Salah satu yang mungkin bisa menjelaskan perbedaan ini adalah bahwa tradisi hukum Inggris berasal dari hukum umum yang bersifat “bawah ke atas” (*bottom up*). Sebagian besar keputusan dibuat oleh pengadilan sebagai respons terhadap isu-isu nyata, bukan oleh otoritas politik sesuai dengan pendapat dan prasangka mereka sendiri. Meski terdapat prinsip-prinsip umum tentang apa yang dianggap “wajar”, pada umumnya individu bebas melakukan apa pun yang mereka inginkan, selama tidak merugikan orang lain. Tentu saja kebebasan tersebut baik bagi para inovator. Pengadilan baru diminta untuk ikut campur jika terdapat sengketa—katakan, misalnya, penduduk setempat mengajukan komplain tentang sampah dan kemacetan akibat truk makanan yang berjualan di jalanan sekitar rumahnya.

Tradisi hukum lainnya yang berasal dari hukum Romawi atau Napoleonik merupakan sistem yang bersifat “atas ke bawah” (*top down*). Prinsipnya adalah bahwa tindakan diperbolehkan hanya jika otoritas pemerintah secara khusus mengizinkannya. Misalnya, suplemen vitamin mungkin tidak membahayakan siapa pun, tetapi sistem-sistem hukum ini mengharuskan produsen untuk memiliki izin khusus untuk dapat memasoknya; dan jika tidak ada aturan terkait hal ini sebelumnya, aturan harus diciptakan. Birokrasi tambahan yang seperti ini tidak baik bagi inovator. Usaha-usaha baru lebih kesulitan memahami dan mematuhi ribuan halaman peraturan daripada memastikan bahwa aktivitas mereka memenuhi beberapa prinsip umum.

**Penyebaran birokrasi.** Memang, sistem-sistem ini melahirkan lebih banyak aturan-aturan regulasi (dan membuatnya lebih terperinci).

Regulator sendiri tidak akan memiliki pekerjaan jika mereka menyederhanakan dan mengurangi beban administratif. Sebaliknya, dengan memperluas dan memperdalamnya, mereka dapat melindungi diri dari serangan serta menunjukkan keuletan dan nilai mereka. Namun, semakin banyaknya aturan yang dilahirkan oleh sistem-sistem hukum ini berarti bahwa inovator harus menghadapi sekelompok regulator hanya untuk memulai suatu usaha, terlebih lagi untuk menjalankan usaha. Sama seperti pemerintahan otoriter melahirkan kronisme dan korupsi, sistem hukum yang restriktif semacam itu juga melahirkan lebih banyak regulasi—yang lebih terperinci—dan pejabat.

Selain itu, jumlah negara yang mengadopsi “prinsip kehati-hatian” kian bertambah karena lebih baik mencegah daripada menyesal. Kerap kali, untuk menanggapi kelompok pelobi yang khawatir tentang, misalnya, dampak emisi terhadap iklim atau potensi bahaya makanan yang dimodifikasi secara genetik, pemerintah mengharuskan wirausaha untuk membuktikan bahwa inovasi mereka tidak berbahaya. Hal ini lagi-lagi menghalangi inovasi dan pengambilan risiko.

**Agenda untuk pertumbuhan.** Sementara itu, sistem yang terbuka di negara-negara penganut hukum umum mendorong inovasi dan pengambilan risiko, dan tidaklah mengejutkan bahwa negara-negara ini bukan hanya unggul dalam hal kebebasan dan kemudahan berusaha, tetapi juga kewirausahaan dan inovasi.

Program kebijakan untuk mendorong inovasi seperti itu akan didasarkan pada tradisi hukum *bottom up* dan menjadikan “inovasi tanpa izin (*permissionless innovation*)” (sebagaimana disebut oleh ekonom Amerika, Adam Thierer) sebagai standar. Program tersebut juga akan menghapuskan hambatan untuk masuk (*barriers to entry*) dan menyambut baik persaingan. Selain itu, kebebasan berbicara dan bertindak akan terjamin. Kebijakan semacam ini akan bergantung pada hukum umum yang berbasis pada prinsip, alih-alih aturan, izin, serta lisensi yang spesifik. Di samping itu, segala bentuk batasan tindakan akan diberlakukan hanya berdasarkan biaya dan manfaat objektif (Thierer 2014).

## Pentingnya perpajakan

Nilai-nilai kebudayaan, moral, dan hukum yang disebutkan di atas belum tentu siap diadopsi oleh negara-negara lain—meski pertumbuhan pesat bisnis kewirausahaan di negara-negara pascasosialis (*post-socialist*) menunjukkan bahwa

nilai-nilai tersebut dapat berkembang di mana saja. Satu hal yang mungkin lebih mudah untuk diadopsi adalah rezim pajak dan regulasi yang relatif mendukung dari Amerika Serikat. Kebijakan pajak sangatlah penting bagi kewirausahaan, dan ternyata, tarif pajak yang lebih rendah saja dapat menjelaskan tingginya tingkat kewirausahaan di Amerika Serikat.

Karena ekonomi arus utama begitu mengabaikan atau keliru menginterpretasikan kewirausahaan, kebijakan pajak yang didasarkan pada pemahaman tersebut menjadi kurang mendukung kewirausahaan. Dalam skenario terbaik, kebijakan “hanya” mengabaikan berbagai sifat dan kebutuhan unik kewirausahaan. Dalam skenario terburuk, kebijakan justru menghambat kewirausahaan.

**Sensitivitas pajak.** Perspektif buku teks memandang perusahaan sebagai sesuatu yang sudah ada dan bersifat permanen. Ia mengabaikan bagaimana atau mengapa perusahaan bisa lahir, bagaimana mereka tumbuh dan berkembang, mengapa mereka bubar, dan apa saja kebutuhan mereka dalam berbagai tahap perkembangannya. “Perusahaan” dalam konsep buku teks adalah seperti perusahaan utilitas yang telah berdiri lama. Konsep ini berasumsi bahwa perusahaan menginvestasikan modalnya sehingga kemudian menghasilkan keuntungan yang dapat diprediksi. Jika memang demikian, tarif pajak menjadi tidak terlalu penting: perusahaan akan tetap berjalan bagaimanapun keadaannya, lalu membebankan kenaikan pajak kepada konsumen dan pekerjanya dalam bentuk harga yang lebih tinggi atau upah yang lebih rendah.

Namun, pada kenyataannya, perusahaan tidaklah seperti itu—terutama perusahaan berkewirausahaan. Mereka beroperasi dalam kondisi yang tidak pasti. Mereka tidak bisa memprediksi secara akurat apakah investasi mereka akan berhasil atau tidak. Berbagai masalah—persaingan baru, perubahan permintaan konsumen, kelangkaan pasokan, kesalahan manajemen—dapat mengubah potensi keuntungan menjadi kerugian nyata sekarang juga. Oleh karenanya, pajak sangatlah berpengaruh dalam perhitungan wirausaha. Pajak atas perusahaan, modal, produk, pekerja, dan konsumennya meningkatkan risiko kerugian dan kegagalan. Calon-calon wirausaha harus lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk usahanya karena mereka perlu meningkatkan pendapatan agar tetap memperoleh keuntungan setelah dipotong pajak. Namun, pendapatan dan keuntungan tidak pernah pasti. Akibatnya, banyak calon wirausaha berhenti melanjutkan usaha, dan inovasi-inovasi yang lebih berisiko tidak pernah terwujud (Block 2016).

Wirausaha menyebutkan pajak sebagai salah satu masalah terbesar yang mereka hadapi. Mereka lebih sensitif terhadap tarif pajak daripada perusahaan-perusahaan besar. Tax Foundation mengestimasi bahwa setiap 1 persen kenaikan pajak perusahaan di Amerika Serikat akan menyebabkan penurunan jumlah pendaftaran perusahaan baru sebesar 3,7 persen; sedangkan pengurangan pajak pendapatan sebesar 10 persen akan meningkatkan perekrutan karyawan baru sebesar 12 persen (Watson dan Kaeding 2019).

Sejumlah negara mencoba mengimbangi sensitivitas ini dan mendukung pertumbuhan perusahaan kecil dengan mengenakan lebih banyak pajak pada modal daripada tenaga kerja sehingga pajak lebih tinggi bagi perusahaan-perusahaan besar yang membutuhkan banyak modal (Henrekson dan Sanandaji 2008). Akan tetapi, beban pajak ekstra ini dapat menghalangi inovasi pada perusahaan-perusahaan besar dan merugikan perusahaan-perusahaan kecil juga. Pemasukan mereka tidak terbagi rata antara pendapatan dari tenaga kerja dan modal; pendapatan wirausaha *startup* juga sering kali merupakan modal karena mereka menginvestasikannya kembali ke bisnis. Dengan kata lain, pajak dapat menjadi beban bagi sesuatu yang sebenarnya ingin didorong.

**Pajak tambahan (*windfall taxes*).** Hal tersebut juga berlaku benar pada pemungutan pajak tambahan. Teori ekonomi arus utama mengatakan bahwa pemungutan pajak atas keuntungan yang berasal dari keberuntungan tidak terduga tidak akan memengaruhi perilaku perusahaan. Misalnya, ketika harga minyak mentah melonjak dari US\$60 menjadi US\$140 per barel pada 2007–8 (terutama akibat gejolak politik di Timur Tengah), perusahaan-perusahaan minyak Laut Utara di Inggris memperoleh “keuntungan tidak terduga” yang rencananya akan dikenai pajak oleh Pemerintah Inggris. Meski harga segera turun kembali dan kebijakan itu tidak jadi diberlakukan, para pejabat Treasury Inggris berpendapat bahwa pajak tersebut tidak akan berpengaruh karena ia dikenakan atas keberuntungan, bukan usaha.

Akan tetapi, pajak tambahan tidaklah netral. Wirausaha tahu bahwa mereka bisa beruntung maupun tidak. Jika mereka percaya bahwa mereka akan menanggung kerugian akibat keberuntungan yang buruk tetapi kehilangan keuntungan dari keberuntungan yang baik, akan ada peningkatan risiko (dan ketidakpastian, karena pajak tambahan bersifat arbitrer) yang mencegah mereka melakukan tindakan kewirausahaan. Misalnya, mereka jadi enggan

mengembangkan bahan bakar alternatif dengan harapan memperoleh keuntungan dari disrupsi politik terhadap pasokan minyak di masa mendatang; dan masyarakat tidak memiliki pilihan maupun mendapatkan keamanan. Selain itu, keberuntungan yang baik pun tidak datang secara cuma-cuma: masalah pasokan di satu tempat berarti bahwa produksi harus dilakukan dari tempat lain, dan jejaring distribusi juga perlu disesuaikan. Pajak tambahan mengabaikan biaya ekstra ini dan menghalangi wirausaha mempersiapkan diri untuk merespons—dan konsumenlah yang menanggung bebannya.

Selain itu, pajak tambahan lebih banyak menghalangi perusahaan kecil daripada perusahaan besar. Perusahaan kewirausahaan *startup* boleh jadi mempunyai sumber daya pengetahuan yang berlimpah dan pandai menemukan peluang, tetapi mereka umumnya memiliki modal dan likuiditas yang jauh lebih kecil daripada perusahaan-perusahaan besar. Sementara perusahaan besar dapat menanggung pajak yang tidak terduga dengan menjual aset atau mengambil dari cadangan, perusahaan kecil tidak mempunyai aset yang bisa dijual atau uang lebih. Modal dan uang yang mereka miliki sering kali berasal dari tabungan sang wirausaha itu sendiri dan langsung diinvestasikan kembali ke bisnis. Ditambah lagi, perusahaan baru atau kecil kurang mampu memperoleh pembiayaan dari bank atau pemegang saham untuk membayar tagihan yang tidak terduga. Tidak seperti perusahaan besar, perusahaan kecil lebih sulit untuk mengalihkan operasinya ke lini bisnis yang lebih kecil kemungkinannya dikenai pajak tidak terduga: mereka tidak mempunyai lini bisnis lain untuk dijangki, dan mereka pun tidak ingin melakukan itu.

**Pajak opsi saham (*stock option taxes*).** Seperti yang telah kita lihat, modal ventura memainkan peran penting dalam mengubah ide-ide dan *startup* menjadi bisnis jangka panjang. Penting untuk dicatat bahwa Eropa tertinggal jauh daripada Amerika Serikat dalam aktivitas modal ventura—dan, mungkin karenanya, juga dalam hal *startup* dan bisnis kewirausahaan yang sedang berkembang, meski pasar keuangan Eropa di bidang lainnya kuat. Salah satu alasannya bisa jadi adalah perlakuan yang berbeda terhadap opsi saham karyawan (Henrekson dan Sanandaji 2018).

Risiko kegagalan usaha yang baru dan inovatif sangatlah tinggi. Guna mengelola risiko tersebut, pemberi modal ventura sering kali mengompensasi *founder* dan karyawan-karyawan kunci dengan opsi saham, selain dengan uang. Tarif pajak yang lebih rendah atas opsi saham akan meningkatkan daya

tarik investasi pada perusahaan wirausaha sehingga menghimpun modal dan talenta ke sektor tersebut dan mendorong inovasi. Di Amerika Serikat, tarif pajak rendah karena pendapatan dari opsi saham dianggap sebagai keuntungan modal; pendapatan dan pajak dapat ditunda hingga saham terjual. Hasilnya, Amerika Serikat memiliki lebih banyak aktivitas modal ventura daripada Eropa. Hal tersebut meningkatkan kemungkinan perusahaan inovatif untuk mencapai pertumbuhan tinggi. Kemudian, manfaat-manfaat pertumbuhan kewirausahaan itu akan tersebar dalam ekonomi. Namun, karena sektor kewirausahaan relatif kecil, manfaat yang besar dan tersebar itu akan dapat tercapai tanpa Treasury harus kehilangan banyak pemasukan pajak.

**Persoalan pajak lainnya.** Karena teori ekonomi arus utama tidak banyak memperhitungkan bisnis kewirausahaan dan kebutuhan khususnya, penyusun kebijakan ekonomi menetapkan tarif pajak individu dan korporat pada tingkat yang malah mencegah pengambilan risiko kewirausahaan. Pajak yang lebih tinggi (dan tidak dapat diprediksi) secara signifikan menambah risiko yang dihadapi oleh wirausaha serta mengurangi kemampuan usaha-usaha baru dengan kapasitas finansial terbatas untuk memperoleh talenta dan perlengkapan yang mereka butuhkan. Pajak yang seperti ini juga mempersulit akses *startup* terhadap modal. Karena berbagai risiko yang ada, ketersediaan modal ventura sangat sensitif terhadap keuntungan investasi yang diharapkan. Pajak yang tinggi dan tidak dapat diprediksi mengurangi keuntungan tersebut sehingga menjadi hambatan besar.

Tarif pajak yang terlalu tinggi juga mendorong penghindaran dan penggelapan pajak. Praktik-praktik ini mungkin sudah lazim di *startup* atau perusahaan kecil yang standar akuntansi dan kontrol finansialnya lebih longgar dan kurang banyak dipahami. Wirausaha, peneliti, dan ilmuwan lebih fleksibel: mereka bisa menghindari pajak yang terlalu tinggi dengan berpindah ke negara lain yang pajaknya lebih rendah. Sayangnya, hal tersebut akan membuat negara asal mereka kekurangan talenta, kurang dinamis, dan tidak memperoleh manfaat dari imajinasi, upaya, inovasi, serta kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi masa depan.

## **Beban regulasi**

Menghitung dampak pajak terhadap perusahaan lebih mudah daripada menghitung beban regulasi yang mereka hadapi. Namun, terdapat beberapa

ukuran sederhana yang bisa memberikan indikasi kasar, seperti waktu, persyaratan administrasi, dan biaya untuk mendaftarkan usaha baru. Yang jelas, semakin sulit proses pendaftaran usaha baru, semakin sedikit orang mau melakukannya. Bisa jadi mereka mendirikan usaha informal yang, karena tidak dilindungi oleh hukum, tidak dapat beroperasi secara efisien. Misalnya, pemilik usaha informal tidak banyak berinvestasi pada bangunan dan peralatan karena mereka tahu bahwa pihak berwenang (yang terkadang koruptif) bisa menutup dan menyita (atau merampas) propertinya.

Untungnya, rerata waktu (secara global) yang diperlukan untuk memulai usaha telah berkurang dari 50 hari pada 2003 menjadi kurang dari 20 hari sekarang.<sup>8</sup> Namun, jika dilihat secara lebih terperinci, jumlahnya masih sangat bervariasi. Di Venezuela, waktu yang dibutuhkan adalah 230 hari; di Laos 173 hari; di Kamboja 99 hari. Sementara itu di sisi lain, dibutuhkan hanya empat hari untuk memulai usaha di Amerika Serikat, dua hari di Australia, Kanada, Hongkong, dan Singapura, dan hanya sehari di Georgia dan Selandia Baru. Di Estonia, usaha dapat didirikan secara instan dan daring. Lagi-lagi, terdapat pola yang jelas: proses memulai usaha cepat di negara-negara yang bebas dan berkewirausahaan, dan lambat di negara-negara yang kurang bebas dan kurang berkewirausahaan. Mungkin, bukan suatu kebetulan jika proses memulai bisnis di negara-negara berpendapatan tinggi dua kali lebih cepat daripada di negara lainnya. Negara-negara berpendapatan tinggi, seperti yang telah kita pelajari, umumnya adalah negara-negara yang lebih berkewirausahaan.

Yang lebih sulit adalah mengukur beban finansial dari regulasi—atau bahkan jumlahnya. *Acquis communautaire* (khazanah peraturan perundang-undangan UE tentang perusahaan, kegiatan amal, dan individu) mempunyai 35 bab; secara resmi memiliki 110.000 halaman yang bertambah 5.000 halaman setiap tahunnya—meski tidak ada yang tahu pasti dan ada yang memperkirakan jumlahnya dua kali lipat angka-angka tersebut. Peraturan perundang-undangan tersebut justru paling banyak berkenaan dengan usaha kecil dan rintisan yang kurang mampu mematuhi (atau bahkan kurang memiliki waktu untuk sekadar membaca dan memahaminya) daripada perusahaan besar yang memiliki kapasitas kepatuhan yang lebih berpengalaman.

Memiliki peraturan yang terlalu banyak dan berbelit-belit tentang usaha kecil dapat memicu tindak korupsi. Di Nepal, misalnya, sebuah survei yang dilakukan oleh

---

<sup>8</sup> Proyek Doing Business Bank Dunia.

Samriddhi (The Prosperity Foundation) pada 2013 mengungkapkan bahwa pemilik toko lokal harus mendaftar ke empat lembaga pemerintah, diawasi oleh enam lembaga pemerintah, dan mematuhi lebih dari 15 undang-undang yang spesifik. Tidakkah mengejutkan bahwa seluruh 268 toko yang disurvei tidak mempunyai semua persyaratan yang dibutuhkan karena skala mereka terlalu kecil untuk mengurus peraturan yang sangat banyak. Kurangnya persyaratan administrasi membuat pemilik toko sulit meminjam uang guna mengembangkan bisnisnya sehingga usaha mereka tetap kecil. Sementara itu, petugas kepolisian dan perdagangan setempat terus-menerus mengancam akan menutup toko mereka jika mereka tidak memberi uang “tutup mulut” (Samriddhi Foundation 2013).

Persoalan ini tidak hanya dihadapi oleh negara-negara berkembang. Untuk membuka restoran di San Francisco, contohnya, dibutuhkan 14 izin yang berbeda-beda, termasuk perencanaan, pembangunan, api, utilitas publik, dan lainnya. Beberapa izin memerlukan biaya waktu, tenaga, dan uang yang tidak sedikit. Jika sebuah restoran akan menyajikan alkohol, misalnya, pemilik harus menyurati setiap penduduk yang tinggal dalam radius 500 kaki. Secara keseluruhan, proses ini memakan waktu sembilan bulan hingga tuntas dan sering kali menghabiskan ribuan dolar untuk menyewa tempat yang belum boleh digunakan hingga semua izin ditandatangani oleh pejabat yang berwenang (Tuder 2017).

Mengurangi regulasi kerap dianggap akan menciptakan produk-produk yang kurang bermutu atau tidak aman bagi masyarakat, membentuk monopoli, atau mengakibatkan pedagang membayar rendah pekerjanya atau mencemari lingkungan. Studi menunjukkan bahwa regulasi yang dirancang dengan baik dapat memperbaiki hal-hal tersebut dan memacu pertumbuhan ekonomi dalam prosesnya. Namun, berbagai studi juga menemukan bahwa negara-negara dengan regulasi yang terlalu ketat memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih rendah daripada negara yang tidak (Gorgens *et al.* 2003; lihat juga Djankov *et al.* 2006).

Regulasi yang didesain dengan baik sangatlah langka. Sebagian besar didasarkan pada agenda politik, bukan bukti dan rasionalitas ekonomi. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar, dengan anggaran lobi yang lebih besar, memiliki pengaruh besar terhadap regulasi-regulasi yang diadopsi. Pengaruh ini memungkinkan mereka melindungi usahanya dari pesaing-pesaing baru. Berkurangnya persaingan berarti bahwa konsumen harus bertahan dengan produk-produk yang kurang inovatif, kualitas yang lebih rendah, dan harga yang lebih tinggi. Konsumen juga kurang memiliki kemampuan untuk memboikot

perusahaan yang dirasa berdagang secara tidak adil atau bertanggung jawab. Karena regulasi ketat menurunkan kesejahteraan masyarakat, mereka tidak mempunyai banyak uang yang tersisa (setelah dibelanjakan untuk kebutuhan-kebutuhan pokok, seperti makanan, tempat tinggal, pakaian, utilitas, dan pelayanan kesehatan) untuk menaikkan standar lingkungan—misalnya, beralih dari listrik tenaga batu bara ke sumber energi terbarukan yang lebih mahal. Kewirausahaan kompetitiflah—melalui nilai dan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkannya—yang dapat memecahkan persoalan-persoalan tersebut.

### **Kondisi yang tepat**

Kewirausahaan tidak hanya memerlukan kondisi yang tepat bagi wirausaha itu sendiri, tetapi bagi investor, pekerja, dan konsumennya. Wirausaha membutuhkan akses yang baik terhadap modal, keterampilan manajemen, dan saran; mereka dan konsumen juga memerlukan iklim politik dan ekonomi yang stabil. Hanya jika prasyarat tersebut terpenuhi, orang-orang dapat membuat rencana dan berinvestasi untuk masa depan dengan percaya diri.

**Kepemilikan dan keadilan.** Terdapat hubungan positif antara kekuatan serta keamanan hak kepemilikan dan tingkat kewirausahaan suatu negara (Sanandaji dan Leeson 2013). Mengingat ketidakpastian yang dihadapi semua jenis usaha, hak kepemilikan yang aman dan aturan hukum menjadi penting dalam pengambilan keputusan untuk mengorbankan uang dan tenaga. Misalnya, akan sia-sia bagi petani untuk bercocok tanam jika pada akhirnya hasil panen mereka akan dirampas.

Hak kepemilikan yang aman—termasuk hak cipta, paten, merek (*brand*), dan kekayaan “intelektual” lainnya—lebih banyak dibutuhkan oleh wirausaha. Sebagian besar usaha gagal, dan begitu pula dengan investasi kewirausahaan. Maka dari itu, jika seseorang ingin mengambil risiko kewirausahaan, ia harus yakin dapat memperoleh keuntungan dari segelintir usaha yang berhasil.

Kepemilikan juga tidak hanya perlu dilindungi dari keserakahan pihak swasta. Kecil kemungkinan bagi wirausaha untuk mengorbankan pekerjaannya, memulai usaha baru, dan mengembangkannya hingga menghasilkan keuntungan secara konsisten jika mereka takut pemerintah dapat dengan semena-mena memungut pajak dari keuntungannya, menutup usahanya atas dasar alasan politik, atau membiarkan pejabat memeras mereka. Harus ada *aturan hukum* yang

memperlakukan pencurian dan eksploitasi oleh politisi dan pejabat sama dengan pencurian dan eksploitasi oleh individu dan geng. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan keadilan yang kuat dan independen.

Orang-orang akan sulit percaya dengan sistem keadilan yang lemah atau koruptif. Mereka tentu saja akan melihatnya sebagai risiko besar: pencuri bisa mengambil barang Anda, tetapi mereka tidak bisa melarang Anda berdagang atau menjebloskan Anda ke penjara. Akibatnya, mereka sangat enggan membuat investasi kewirausahaan. Atas dasar alasan yang sama, kekuasaan politik dan pejabat harus dibatasi agar mereka yang berkuasa tidak bisa semena-mena mengeksploitasi orang lain (dengan menyita properti kelompok-kelompok masyarakat yang menentang mereka, misalnya) serta mengabaikan hak individu dan hak sipil masyarakat (Butler akan dipublikasikan).

**Keterbukaan.** Faktor penting lainnya adalah keterbukaan negara terhadap modal asing dan migrasi. Seperti yang telah kita bahas, banyak wirausaha merupakan imigran. Mereka adalah orang-orang yang memiliki keberanian, tenaga, dan usaha untuk meninggalkan negara asal dan memulai hidup baru di tempat lain—sifat yang berguna bagi wirausaha. Di samping itu, mereka mungkin melihat peluang-peluang yang dilewatkan oleh masyarakat lokal—yang terkungkung dalam kebudayaan dan imajinasi yang dominan.

Kebijakan untuk menarik (serta mempertahankan) imigran berkewirausahaan bisa meliputi visa kerja untuk siswa supaya mereka dapat belajar di negara baru dan kemudian bekerja di perusahaan yang sesuai dengan bidang peminatannya. Atau bahkan mereka bisa memulai usaha sendiri: sejumlah negara menawarkan visa khusus kepada wirausaha asing, dan banyak negara memberikan visa khusus kepada investor. Namun, kebijakan migrasi terbuka yang menarik dan mempertahankan pekerja apa pun, baik yang terampil maupun tidak, meningkatkan peluang menarik orang-orang dengan semangat kewirausahaan dan, secara lebih umum, meningkatkan kesejahteraan serta mengurangi kemiskinan (Caplan akan dipublikasikan).

**Kebudayaan.** Lembaga-lembaga seperti tradisi hukum, sifat dan keamanan hak kepemilikan, independensi yudisial, pembatasan kekuasaan pemerintah, pembelaan hak, atau sikap terhadap migrasi adalah bagian dari kebudayaan prinsip, moralitas, dan kepercayaan yang lebih luas. Prinsip-prinsip ini tidak

mudah untuk direplikasi di negara lain yang kebudayaannya berbeda.

Meski demikian, semangat kewirausahaan kuat hampir di mana pun. Bahkan di negara-negara yang sangat diregulasi, orang-orangnya menunjukkan kecerdikan untuk mengakali aturan resmi demi memperbaiki kehidupan diri sendiri maupun keluarganya. Mereka sangat pandai memanfaatkan sumber daya dalam menghadapi masalah dan mengambil peluang; jiwa kewirausahaan mereka mudah keluar. Oleh karenanya, apa pun yang bisa dilakukan untuk mengeluarkan jiwa kewirausahaan tersebut, dan mengarahkannya dari tidak produktif menjadi produktif, dapat memberikan manfaat besar kepada masyarakat.

Hal tersebut berarti bahwa pemerintah perlu memahami realitas pasar modal ventura dan kebutuhan khusus para wirausaha; memanfaatkan pendidikan dan penelitian; menjadi terbuka terhadap migran dan modal asing; membuat pandangan jangka panjang alih-alih membuat solusi jangka pendek; tidak merancang program dukungan secara berlebihan; menghindari subsidi di depan dan keringanan pajak; serta menghindari upaya-upaya yang mengulangi kesalahan pemerintah lain.

## **Pentingnya manajemen**

Pendekatan tersebut dapat memupuk kreativitas, penciptaan gagasan dan inovasi, serta pengambilan risiko (Dumitriu 2019b). Meski demikian, untuk mengubah ide menjadi bisnis yang menguntungkan, wirausaha juga memerlukan keterampilan teknis dan kemampuan organisasi (Ward 2005).

Perusahaan bisa sukses atau gagal karena berbagai alasan (Paul Graham (2006) mengidentifikasi 18 alasan di balik kegagalan), tetapi kualitas manajemen menjadi salah satu faktor yang paling utama. Banyak wirausaha kesulitan mengatur jalannya bisnis, mengendalikan biaya, menyesuaikan dengan pertumbuhan yang cepat, atau menjangkau konsumen. Mengubah ide yang baik menjadi suatu keberhasilan komersial membutuhkan manajemen yang baik.

Manajer sendiri, dalam arti khusus, adalah orang yang berkewirausahaan. Misalnya, mereka mencoba cara-cara inovatif untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar orang-orang percaya mereka memperoleh nilai yang lebih tinggi dari produk sang wirausaha. Mereka bisa juga mencari cara untuk membuat produk-produk yang lama dan dinilai lebih rendah dari yang sebenarnya menjadi menarik atau lebih bermanfaat. Seperti wirausaha yang menggabungkan sumber-

sumber daya produktif dengan cara-cara baru untuk menciptakan produk yang lebih baik atau terjangkau, manajer juga mengumpulkan sumber daya manusia untuk membuat produk-produk tersebut lebih menarik bagi konsumen.

Kesenjangan yang besar antara perusahaan paling produktif dan paling tidak produktif disebabkan oleh banyak hal—tidak hanya suku bunga rendah yang membuat perusahaan “zombi” mampu bertahan, tetapi juga regulasi, lemahnya persaingan, atau pendidikan yang buruk. Namun, sebagian besar kesenjangan disebabkan oleh kualitas manajemen usaha yang berbeda-beda. Perusahaan terbaik mengawasi usahanya dan berupaya meningkatkan performa, mempromosikan produk dan menaikkan jabatan karyawan yang berkinerja bagus, serta memperbaiki kesalahan yang ditemukan. Perusahaan yang tidak produktif tidak melakukan hal-hal tersebut (Dumitriu 2019b). Melihat potensi keberhasilan yang bisa dicapai berkat manajemen yang baik, adalah sesuatu yang mengejutkan bahwa praktik-praktik baik tersebut tidak banyak dilakukan.

Akan tetapi, mungkin perusahaan-perusahaan dengan kinerja rendah sendiri tidak sadar bahwa mereka melakukan hal-hal tersebut dengan kurang tepat. Bisa jadi mereka terlalu berfokus pada tugas inti produksi sehingga tidak punya waktu untuk memikirkan isu manajemen yang lebih luas. Mungkin juga mereka tidak bisa memikirkan aspek-aspek apa dari operasinya yang bisa diperbaiki. Atau mungkin mereka kurang termotivasi untuk melakukan hal-hal dengan berbeda, atau merasa takut akan perubahan. Mungkin juga mereka mencoba melakukan perubahan, tetapi kesulitan untuk mewujudkannya.

Ada empat syarat manajemen kewirausahaan dalam bisnis baru: Pertama, fokus terhadap pasar. Kedua, fokus terhadap perhitungan finansial, terutama perencanaan arus kas dan kebutuhan modal di awal. Ketiga, pembentukan tim manajemen yang baik jauh sebelum usaha baru tersebut benar-benar membutuhkannya dan mampu mengeluarkan uang untuk itu. Yang terakhir, keputusan wirausaha pendiri terkait peran, wilayah kerja, dan hubungannya sendiri.

— Peter F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*

The Entrepreneurs Network, sebuah lembaga pengkaji kebijakan dari Inggris, mencatat bahwa di India, memberikan saran manajemen secara gratis kepada perusahaan kecil dapat meningkatkan produktivitas manajemen sebesar

11 persen (*ibid.*). Oleh karena itu, salah satu upaya paling efektif yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong keberhasilan wirausaha adalah memastikan bahwa mereka mempunyai akses terhadap saran manajemen. The Entrepreneurs Network juga mengatakan bahwa pemerintah perlu membantu wirausaha mengidentifikasi ide-ide manajemen terbaik dengan mempromosikan percobaan berbagai sistem dan teknik manajemen yang berbeda-beda. Mereka juga perlu memperbolehkan atau mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam pengembangan kemampuan manajemen yang bisa dilakukan melalui pemagangan (*apprenticeship*). Jejaring sesama wirausaha (*peer-to-peer*) untuk saling berbagi praktik yang baik juga penting; melalui teknik ini, perusahaan-perusahaan Tiongkok meningkatkan pendapatan sebesar 8 persen sehingga mendorong profitabilitas perusahaan dan produktivitas manajer (*ibid.*).

## **Pelajaran yang dapat dipetik**

Tentunya, kita perlu peduli tentang kewirausahaan untuk alasan-alasan yang telah dijelaskan di awal buku ini; dan pemerintah bisa memainkan peran untuk mendorongnya. Namun, menurut The Entrepreneurs Network, dukungan yang diberikan harus seimbang dan memotivasi wirausaha untuk berkembang, bukan sekadar keringanan pajak, subsidi, hibah, dan bentuk pendanaan secara cuma-cuma lainnya. Wirausaha sering kali mengeluhkan kekurangan dana, tetapi hal itu juga dirasakan oleh semuanya: keuangan bukanlah hambatan terbesar untuk memulai usaha, yang biasanya tidak membutuhkan banyak modal. Akan tetapi, pembiayaan dari pemerintah dapat menciptakan usaha-usaha tidak berkelanjutan yang kurang layak dan membuat wirausaha terlalu optimistis. Usaha yang terbaik dan paling tahan banting bukanlah usaha yang “diciptakan”, melainkan yang berkembang dan tumbuh secara alami dari *startup* kecil, sembari mengikuti permintaan konsumennya.

Satu lagi gagasan yang umum adalah bahwa pemerintah harus meningkatkan pendidikan, pelatihan, dan keterampilan. Hal-hal tersebut pastinya membantu menciptakan serta memupuk perusahaan berkewirausahaan. Namun, hal-hal tersebut tidak harus *disediakan* oleh pemerintah—yang cenderung memberikannya dengan cara yang sangat birokratis dan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Wirausaha tidak membutuhkan program-program pelatihan yang dijalankan oleh pemerintah. Mereka belajar lebih banyak tentang bisnis dari praktik daripada

lewat kelas atau lembaga pelatihan. Di samping itu, daripada pejabat pemerintah, wirausaha lebih memahami siapa yang perlu dilatih, dengan cara apa mereka sebaiknya dilatih, dan apa tujuan pelatihan tersebut. Alih-alih menawarkan pelatihan, pemerintah seyogianya *memperbolehkan* mereka membina modal manusianya sendiri. Dengan kata lain, pemerintah perlu menyusun sistem pajak untuk mendukung pelatihan dan pengembangan modal manusia.

Liberalisasi perdagangan dan perniagaan serta iklim usaha yang terbuka dan kompetitif juga sangat krusial bagi penyebaran dan kesuksesan kewirausahaan. Lagi-lagi, dua hal tersebut tidak membutuhkan pemerintah untuk membuat birokrasi bagi usaha-usaha kecil. Pemerintah harus menghapus hambatan perdagangan internasional, menerima migran, mengakhiri diskriminasi terhadap perempuan dan kelompok minoritas yang dapat membawa ide-ide bisnis baru, menyederhanakan hukum ketenagakerjaan, pajak, jaminan sosial, dan perizinan, serta banyak lainnya—terutama bagi perusahaan-perusahaan kecil yang paling terdampak. Hal tersebut juga berarti bahwa pemerintah harus menghapus monopoli (khususnya monopoli negara) serta mengurangi hambatan untuk memasuki atau menciptakan pasar baru.

Ketika Aleksander Agung bertemu dengan sang filsuf sinis Diogenes (yang menghindari kenyamanan duniawi dan hidup di dalam sebuah tong anggur), ia bertanya: “Wahai Diogenes, apa yang bisa aku lakukan untukmu, dengan segala kekayaan dan prajuritku?” Diogenes memandangnya sejenak, lalu mengibaskan tangannya seraya berkata: “Mundurlah sedikit agar tidak menghalangi cahaya matahariku.” Jika pemerintah bersungguh-sungguh menginginkan agar kewirausahaan dan manfaat-manfaatnya dapat berkembang, mundur dan tidak menghalangi tampaknya adalah langkah yang bijak.

## REFERENSI

- Anderson, S. (2016) Immigrants and billion dollar startups. National Foundation for American Policy, Policy Brief, March.
- Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* 98(5), Part 1: 893–921.
- Baumol, W. (2002) *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton University Press.
- Becker, G. (1968) Crime and punishment: an economic approach. *Journal of Political Economy* 76: 169–217.
- Block, J. (2016) Corporate income taxes and entrepreneurship. *IZA World of Labor* (<https://wol.iza.org/articles/corporate-income-taxes-and-entrepreneurship>).
- Bosma, N. dan Kelley, D. (2019) 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association (<https://www.gemconsortium.org>).
- Brooke, J. (1990) Brazil backing computer imports. *New York Times*, 9 Juli.
- Butler, E. (akan dipublikasikan) *An Introduction to Democracy*. London: Institute of Economic Affairs.
- Caplan, B. (akan dipublikasikan) *Poverty – Who's to Blame?*
- De Ridder, M. (2019) Market power and innovation in the intangible economy. Centre for Macroeconomics, Discussion Paper.
- Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. dan Miranda, J. (2016) Declining business dynamism: implications for productivity? Brookings Institution, Hutchins Centre Working Paper 23, 19 September (<https://www.brookings.edu/research/declining-business-dynamism-implications-for-productivity/>).
- Djankov, S., McLeish, C. dan Ramalho, R. (2006) Regulation and growth. World Bank, Working Paper 40722.
- Dominiak, P. dan Wasilczuk, J. (2017) Formal institutions: the source of unproductive entrepreneurship in Poland. GUT FME Working Paper Series A, 1/2017(44), Faculty of Management and Economics, Gdansk University of Technology, Gdansk.

- Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Oxford: Butterworth-Heineman.
- Dumitriu, S. (2019a) What's really driving our productivity slump? CapX, 5 Juli.
- Dumitriu, S. (2019b) Management matters. The Entrepreneurs Network, 23 Januari (<https://www.tenentrepreneurs.org/research/management-matters>).
- Dumitriu, S. dan Stewart, A. (2019) Job creators: the immigrant founders of Britain's fastest growing companies. The Entrepreneurs Network (<https://www.tenentrepreneurs.org/immi-grantfounders>).
- Evers-Hillstrom, K. (2018) Lobbying spending reaches \$3.4 billion in 2018, highest in 8 years. OpenSecrets: Center for Responsive Politics, 25 Januari.
- Foss, N. dan Klein, P. (2010) Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise* 25(2): 145–64 ([https://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2010/07/fk\\_jope\\_2010.pdf](https://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2010/07/fk_jope_2010.pdf)).
- Friedman, M. (1962) *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Gorgens, T., Paldam, M. dan Würtz, A. (2003) How does public regulation affect growth? Department of Economics Working Paper 2003-14, University of Aarhus.
- Graham, P. (2006) The 18 mistakes that kill startups (<http://paulgraham.com/startupmistakes.html>).
- Gutiérrez, G. dan Philippon, T. (2019) The failure of free entry. National Bureau of Economic Research, Working Paper 26001, Juni.
- Hathaway, I. dan Litan, R. (2014) What's driving the decline in the firm formation rate? A partial explanation. Brookings Institution, Brookings Economic Studies, November ([https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving\\_decline\\_firm\\_formation\\_rate\\_hathaway\\_litan.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving_decline_firm_formation_rate_hathaway_litan.pdf)).
- Hayek, F. A. (1978) Competition as a discovery procedure. Dalam *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Henrekson, M. (2020) How labor market institutions affect job creation and productivity growth. *IZA World of Labor* 38 (<https://wol.iza.org/articles/how-labor-market-institutions-affect-job-creation-and-productivity-growth/long>).
- Henrekson, M. dan Sanandaji, T. (2008) Entrepreneurship and the theory of taxation. IFN Working Paper 732, Research Institute of Industrial Economics (SSRN-id1089367.pdf).
- Henrekson, M. dan Sanandaji, T. (2011) The interaction of entrepreneurship and institutions. *Journal of Institutional Economics* 7(1): 47–75 (<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/interaction-of-entrepreneurship-and-institutions/DD9AF1A1BFA6DC0714066B09E9D52E0C>).

- Henrekson, M. dan Sanandaji, T. (2014) Small business activity does not measure entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 111(5): 1760–65 (<https://www.pnas.org/content/111/5/1760.short>).
- Henrekson, M. dan Sanandaji, T. (2018) Stock option taxation: a missing piece in European innovation policy? *Small Business Economics* 51: 411–24.
- Kim, A. (2020) Economic freedom: promoting economic opportunity and prosperity. Presentation to the Mont Pelerin Society, Stanford University, Januari.
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Klein, D. (2009) Let's be pluralist on entrepreneurship. Dalam *Knowledge and Coordination: A Liberal Interpretation*, chapter 9. Oxford University Press (<https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199355327.001.0001/acprof-9780199355327-chapter-9>).
- Klein, P. (2017) Why government cannot be run like a business. Mises Institute, Mises Wire, 4 September (<https://mises.org/wire/why-government-cannot-be-run-business>).
- Klein, P. dan Foss, N. (2014) The right way to view entrepreneurship. Mises Institute, Mises Daily Articles, 19 Juli (<https://mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship>).
- Klein, P. dan Mariotti, S. (2013) Looking at entrepreneurship from a theoretical perspective, with leading expert Peter Klein. *HuffPost*, 30 Desember ([https://www.huffpost.com/entry/looking-at-entrepreneursh\\_b\\_4505632](https://www.huffpost.com/entry/looking-at-entrepreneursh_b_4505632)).
- Knight, F. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston and New York: Houghton Mifflin Company.
- Kreft, S. dan Sobel, R. (2005) Public policy, entrepreneurship and freedom. *Cato Journal* 25(3): 595–616.
- Kritikos, A. (2014) Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor* 8 (<https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-econ-omic-growth>).
- Lachmann, L. (1986) *The Market as an Economic Process*. New York: Basil Blackwell.
- Lerner, J. (2009) *Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed – and What to Do About It*. Princeton University Press.
- Lofstrom, M. dan Wang, C. (2019) Immigrants and entrepreneurship. *IZA World of Labor* 85 (<https://wol.iza.org/subject-areas/entrepreneurship>).
- March, J. (1991) Whither exploration and exploitation. *Organization Science* 2(1): 71–87.
- Masnik, M. (2017) The dangerous rise of unproductive entrepreneurship. *Techdirt*, 18 Agustus (<https://www.techdirt.com/articles/20170818/00183838020/dangerous-rise-unproductive-entrepreneurship.shtml>).

- Mazzucato, M. (2013) *The Entrepreneurial State*. London: Anthem Press.
- McCloskey, D. (1994) *Knowledge and Persuasion in Economics*. Cambridge University Press.
- McCloskey, D. (2007) *The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce*. University of Chicago Press.
- McCloskey, D. and Klamer, A. (1995) One quarter of GDP is persuasion. *American Economic Review*, Papers and Proceedings 85(2): 191–95.
- McMaken, R. (2014) Extended version of Peter Klein's interview on entrepreneurship. Mises Institute, Mises Wire Interview Transcription, 8 April (<https://mises.org/wire/extended-version-peter-kleins-interview-entrepreneurship>).
- Medeiros, J. (2019) This economist has a plan to fix capitalism. It's time we all listened. *Wired*, 8 Oktober (<https://www.wired.co.uk/article/mariana-mazzucato>).
- Miller, D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7): 770–91.
- Mises, L. von (1949) *Human Action*. Yale University Press.
- Mises, L. von (1951) Profit and loss. Dalam *Planning for Freedom*. South Holland, IL: Libertarian Press.
- Nanda, R. (2016) Financing high-potential entrepreneurship. *IZA World of Labor* (<https://wol.iza.org/articles/financing-high-potential-entrepreneurship>).
- NPR (2018) Rigging the economy. No. 829, 9 Maret.
- Ridley, M. (2020) *How Innovation Works*. London: Fourth Estate.
- Samridhhi Foundation (2013) Economic freedom matters: does economic freedom affect Kirana Pasals in Nepal?
- Sanandaji, T. dan Leeson, P. (2013) Billionaires. *Industrial and Corporate Change* 22(1): 313–37 (<https://academic.oup.com/icc/article/22/1/313/885637>).
- Sanandaji, T. dan Sanandaji, N. (2014) SuperEntrepreneurs – and how your country can get them. London: Centre for Policy Studies (<https://www.cps.org.uk/research/superentrepreneurs-and-how-your-country-can-get-them/>).
- Schaeffer, V. (2015) Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. *Journal of Innovation Economics & Management* 3(18): 25–51 (<https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2015-3-page-25.htm#>).
- Schumpeter, J. (1911) *The Theory of Economic Development*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. (1939) *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. New York: McGraw-Hill.

- Seth, S. (2019) Why entrepreneurship is important to the economy. *Investopedia*, 22 Juli (<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-im-portant-economy.asp>).
- Smith, A. [1776] (1981) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Indianapolis, IN: Liberty Fund.
- Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics* 70(1): 65–94.
- Stigler, G. (1971) The theory of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science* 2(1): 3–21.
- Thierer, A. (2014) *Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom*. Arlington, VA: Mercatus Center at George Mason University.
- Tuder, S. (2017) What it actually costs to open a restaurant in San Francisco. *SFEater*, 2 June.
- UK Government (2011) Change in government: the agenda for leadership. Public Administration Select Committee: Report 13, Session 2010-2012. House of Commons.
- US Small Business Administration Office of Advocacy (2014) New Business Statistics 2004-14.
- Vaz-Curado, S. dan Mueller, A. (2019) The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. *Mises Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics* 7(3) (<https://www.revistamises.org.br/misesjournal/article/view/1223/656>).
- Ward, T. (2005) An integrated model of entrepreneurship and intrapreneurship. Paper delivered to the 13th Annual High Technology Small Firms Conference.
- Watson, G. dan Kaeding, N. (2019) Tax policy and entrepreneurship: a framework for analysis. Washington, DC: Tax Foundation, 3 April (<https://taxfoundation.org/tax-policy-entrepreneurship/>).
- Weber, M. (1905) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.
- Zook, C. and Allen, J. (2016) *Barriers and Pathways to Sustainable Growth: Harnessing the Power of the Founder's Mentality*. Bain & Co., 19 Juli.

## TENTANG IEA

Institute of Economic Affairs (IEA) adalah lembaga amal penelitian dan pendidikan terbatas jaminan (No. CC 235 351). Misinya adalah meningkatkan pemahaman tentang lembaga fundamental masyarakat yang bebas dengan menganalisis dan memaparkan peran pasar dalam memecahkan masalah-masalah ekonomi dan sosial.

IEA mewujudkan misinya melalui:

- program publikasi berkualitas
- konferensi, seminar, kuliah, dan acara lainnya
- penjangkauan ke siswa sekolah dan perguruan tinggi
- perkenalan dan penampilan di berbagai media

IEA yang didirikan pada 1955 oleh (alm.) Sir Antony Fisher adalah lembaga amal pendidikan, bukan organisasi politik. IEA tidak terafiliasi dengan partai atau kelompok politik apa pun dan tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mendukung partai politik atau kandidat siapa pun dalam pemilihan atau referendum apa pun, atau kapan pun. Lembaga ini dibiayai dari hasil penjualan publikasi, biaya konferensi, dan donasi sukarela.

Selain seri publikasi utamanya, IEA juga menerbitkan (atas kerja sama dengan University of Buckingham) *Economic Affairs*.

IEA dalam pekerjaannya dibantu oleh Academic Advisory Council yang terkemuka dan panel yang terhormat dari Honorary Fellows. Bersama dengan akademisi lainnya, mereka meninjau publikasi-publikasi IEA yang akan diterbitkan, dan komentar-komentar dari IEA diberikan kepada penulis secara anonim. Maka dari itu, semua makalah IEA harus melewati proses penilaian independen yang ketat seperti yang digunakan oleh jurnal-jurnal akademik ternama.

Publikasi IEA banyak digunakan di kelas dan mata kuliah berbagai sekolah dan universitas. Publikasi IEA juga terjual di seluruh dunia dan banyak diterjemahkan/dicetak ulang.

Sejak 1974, IEA telah membantu menciptakan jejaring internasional berisi 100 lembaga serupa di lebih dari 70 negara. Mereka semua bersifat independen, tetapi memiliki misi yang sama dengan IEA.

Pandangan-pandangan dalam publikasi IEA merupakan pandangan penulis dan sama sekali tidak mencerminkan pandangan IEA (yang tidak memiliki pandangan korporat), Wali Amanah (Managing Trustee), anggota Academic Advisory Council, atau staf seniornya.

Daftar anggota Academic Advisory Council, Honorary Fellow, Trustee, dan Staf IEA tercantum pada halaman selanjutnya.

---

IEA sangat berterima kasih kepada kemurahan hati (alm.) Profesor Ronald Coase atas dukungan finansial untuk program publikasi dan lainnya.



# PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN



*“Jika orang-orang ditanyai apa yang mereka butuhkan, mereka akan menjawab kuda yang lebih kencang.”*

— Henry Ford, penemu mobil Amerika

Wirausaha memainkan peran penting dalam meningkatkan kemajuan, produktivitas, dan kemakmuran.

Wirausaha mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang-peluang baru. Inovasi mereka mengubah kehidupan masyarakat.

Namun, besarnya kontribusi wirausaha sering kali tidak dipahami secara luas dan terabaikan dalam buku-buku pelajaran ekonomi.

Dalam buku ini, penulis **Eamonn Butler** meluruskan hal tersebut—menjelaskan peran penting kewirausahaan, menjelajahi signifikansi ekonomi dan sosialnya, dan memeriksa kondisi penunjang perkembangannya.

Di sepanjang jalan, ia mempertimbangkan jenis orang “tidak biasa” yang menjadi pengusaha. Siapa yang tahu, misalnya, bahwa **Mark Zuckerberg** pendiri **Facebook**, **Bill Gates** pendiri **Microsoft**, **Steve Jobs** salah satu pendiri **Apple**, dan **Travis Kalanick** pendiri **Uber**, semuanya putus kuliah. Bahkan pendiri **Virgin Group**, **Sir Richard Branson**, dan pendiri **IKEA**, **Ingvar Kampgrad**, tidak pernah kuliah sama sekali?

*Pengantar Kewirausahaan: Pendorong Inovasi dan Perubahan* menyoroti kekuatan dari kewirausahaan serta sekaligus mengakui kekurangannya. Buku ini membahas upaya-upaya (yang sering kali salah arah) yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkannya. Dengan fasih, buku ini menyatakan kasus untuk memulihkan kewirausahaan ke dalam ekonomi arus utama dan politik.

Yang terpenting, buku ini memberikan apresiasi — dan pengenalan dasar tentang — apa itu kewirausahaan, mengapa kita membutuhkannya, dan bagaimana kita dapat mendorongnya.