

ENTREPRENEUR: KARAKTERSTIK, MOTIVASI, DAN INOVASI.

Oleh : Agus Hasan Pura A.¹

Pendahuluan

Harus disadari bahwa sangat tidak mungkin bila kita selalu menuntut pemerintah untuk terus menerus menciptakan lapangan pekerjaan tanpa ada dukungan sektor swasta dan koperasi. Para entrepreneur di dunia swasta maupun koperasi telah menciptakan begitu besar lapangan pekerjaan, seperti yang terjadi di banyak negara. Mereka pula sebenarnya yang menjadi motor pertumbuhan ekonomi sehingga suatu negara terbelakang bisa menjadi negara industri. Tanpa mereka suatu negara akan tetap menjadi negara terbelakang.

Seperti kita ketahui sokoguru perekonomian Indonesia terdiri dari swasta, pemerintah dan koperasi. Pada awal-awal pembangunan Indonesia sekitar tahun 1967-1968 investasi banyak dilakukan dengan mengeksploitasi sumberdaya alam terutama hasil-hasil hutan. Tahun 1974 "*Oil boom*" membuat pemerintah Indonesia mempunyai dana yang berlimpah sehingga investasi pemerintah untuk pembangunan semakin besar. Pemerintah Indonesia dapat dikatakan sebagai motor penggerak pembangunan dan penciptaan lapangan pekerjaan pada saat itu. Tetapi sejalan dengan bergeraknya waktu; rejeki oil boom tidak terus berlanjut sehingga pemerintah harus menghimpun dana melalui ekspor non migas dan memobilisasi dana masyarakat melalui dunia perbankan. Pada titik inilah swasta didorong untuk melakukan investasi; yang jumlahnya dari tahun ke tahun semakin besar. Dan mulai saat itu pula swasta berperan sebagai pencipta lapangan kerja yang semakin penting. Kondisi ini sudah barang tentu mendorong peran entrepreneur menjadi semakin besar. Sepuluh tahun terakhir ini investasi swasta sudah lebih besar daripada yang dilakukan pemerintah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diindikasikan oleh tumbuhnya PDB dari tahun ke tahun berhasil menciptakan lapangan kerja yang memang dibutuhkan.

Seperti yang terjadi Amerika Serikat, pada dua dekade, 1965 -1985, pertumbuhan angkatan kerja jauh lebih cepat ketimbang penyediaan lapangan kerja (*Drucker, page 1*). Hal ini menimbulkan kekhawatiran mengenai berapa besar pertumbuhan ekonomi harus dicapai untuk menyediakan kebutuhan lapangan kerja untuk semua orang tersebut. Masalah yang sama sebenarnya terjadi pada negara kita. Terlebih sekarang ini ketika krisis melanda perekonomian kita. Hal ini ditunjukkan dengan menurunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dari pertumbuhan positif menjadi pertumbuhan negatif.

Bahwa entrepreneur bisa menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tidak perlu diperdebatkan lagi. Fakta telah menunjukkan bahwa kemajuan perekonomian suatu negara bergantung pada keberadaan para entrepreneur yang tangguh seperti telah ditunjukkan oleh negara Jepang, USA, Korea Selatan disamping dukungan pemerintah negara yang bersangkutan (*Raymond, page 6*). Kesenjangan antara penciptaan lapangan pekerjaan dan jumlah angkatan kerja bisa diperkecil oleh kehadiran entrepreneur; yang bahkan pada situasi tertentu suatu negara terpaksa mengimpor tenaga kerja dari negara lain.

¹ Dosen tetap di Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan.

Sistem ekonomi Indonesia yang cenderung mengarah kepada sistem Kapitalis telah mendorong adanya kebebasan atau peluang yang besar bagi setiap individu untuk menjadi entrepreneur. Untuk kasus Indonesia; ternyata yang berkembang dan cepat bertumbuh adalah badan usaha - badan usaha raksasa. Perkembangan konglomerat ini ternyata tidak berhasil menarik usaha-usaha kecil dan menengah (UKM) untuk berkembang sejalan dengan perkembangan mereka. Sehingga dapat dikatakan hasil pembangunan hanya dinikmati sebagai kecil bangsa Indonesia. Ini terlihat dari distribusi pendapatan yang sangat tidak merata. Ketika kesalahan ini disadari pemerintah mulai berpaling kepada UKM. Tentu saja ini seharusnya menjadi peluang dan tantangan kita untuk menghasilkan entrepreneur-entreprenur tangguh.

Orang memperdebatkan bahwa seseorang menjadi entrepreneur karena ia mempunyai talenta/bakat, dan bahwa seseorang menjadi entrepreneur karena ia berasal dari ras tertentu, karena itu tidak semua orang bisa menjadi entrepreneur. Apakah itu benar?

Entrepreneur

Sampai saat ini telah banyak dikemukakan pengertian entrepreneur oleh para ahli. Dan anda jangan heran apabila diantara mereka banyak perbedaan disamping ada pula persamaannya. Llyod E. Shefsky (*Shefsky, page 4*) mendefinisikan entrepreneur sebagai berikut:

"...entrepreneur by taking the three parts of the word: entre, pre, and neur, and tracing them to their Latin roots: entre means enter; pre means before; and neur means nerve center. I define an entrepreneur as someone who enters a business --- any business -- in time to form or change substantially at business's nerve center.

Jadi menurut Shefsky entrepreneur merupakan seseorang yang masuk ke dalam suatu badan usaha dan melakukan perubahan mendasar terhadap "**pusat syaraf**"nya. Sedangkan Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough (*Zimmerer & Scarborough, page 3*) mendefinisikannya sebagai berikut:

An entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by indentifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on them.

David H. Holt (*Holt, page 685*) mendefinisikan entrepreneur sebagai:

an individual who assumes the risks of starting a new business, creating a new commercial product or service, and consequently seeking profitable rewards within a free enterprise system.

Ketiga definisi di atas secara nyata menunjukkan bahwa entrepreneur berkaitan dengan pendirian suatu badan usaha, keberanian mengambil resiko, dan untuk memperoleh laba. Tidak mengherankan apabila banyak ahli mengkaitkan entrepreneur dengan *small business*. *Small business* disini selalu dikaitkan dengan awal pendirian, bahwa dalam perkembangannya *small business* ini tetap kecil atau menjadi semakin besar atau bahkan menjadi badan usaha raksasa itu persoalan yang lain.

Koontz (Koontz & Weicrich, page 254), menambahkan bahwa seorang entrepreneur mampu melihat peluang-peluang yang ada atau muncul dari perubahan-perubahan yang terjadi dan merubahnya menjadi keuntungan-keuntungan bagi badan usaha yang didirikannya. Mereka berani mengambil resiko pribadi untuk berhasil atau gagal. Kemampuan melihat peluang, keberanian memikul resiko ini tidak dimiliki banyak orang, sekalipun sebenarnya bisa diciptakan. Seperti yang dikemukakan oleh *Shelsky*: ***"To be an entrepreneur, you don't have to be : a genius, a hotshot, an MBA, wealthy. You must want to be an entrepreneur. you must want it very much"***. Sesuai dengan judul bukunya; *Entrepreneurs are made, not born*. Jadi kalau anda mau menjadi seorang entrepreneur ***anda harus benar-benar menginginkannya***. Penulis terakhir ini tidak percaya bahwa untuk menjadi entrepreneur diperlukan adanya bakat yang dibawa sejak lahir. Keinginan yang sangat kuat lebih diperlukan ketimbang bakat itu sendiri. Terkadang kelangkaan pilihan untuk mencari nafkah memaksa orang untuk menjadi entrepreneur.

Dari definisi dan uraian singkat di atas kita bisa melihat karakteristik dari seorang entrepreneur (*Zimmerer & Scarborough, page 4*) sebagai berikut:

1. ***Desire for responsibility***, they prefer to be in control of their resources, and use those resource to achieve self-determined goals;
2. ***Preference for moderate risk***, entrepreneurs are not risk takers but instead calculating risk takers;
3. ***Convidence in their ability to succed***, they tend to be optimistic about their chances for succes, and usually their optimism is based in reality;
4. ***Desire for immediate feedback***, entrepreneurs like to know how they are doing and are constatly looking for reinforcement;
5. ***High level of energy***, entrepreneurs are more energetic than average person. That energy may be are critical factor given the incredible effort required to launch a startup company.
6. ***Future orientation***,entrepreneurs have a well-defined sense of searching for opportunities. They look ahead and less concerned with what was done yesterday than with what might be done tomorrow.
7. ***Skill at organizing***, entrepreneurs know how to put the right people together to accomplish a task. Effectively combining people and jobs enables entrepreneurs to transform their vision to reality.
8. ***Value achievement are over money***, one of the most common misconception about entrepreneurs is that they are driven wholly by the desire to make money. Money is simply a way of "keeping score" of accomplishments--a symbol of achievement.
9. ***High degree of commitment***, launching a company succesfully requires total commitment from the entrepreneur.
10. ***Tolerance for ambiguity***, entrepreneurs tend to have a high tolerance for ambigious, ever chaning situations, the environment in which they most operate. This ability to handle uncertainty is critical.
11. ***Flexibilty***, one hallmark of true entrepreneurs is their ability to adapt to the changing demands of their customers and their businesses. In this rapidly changing world economy, rigidity often leads to failure.

Ke 11 karakteristik tersebut di atas merupakan karakteristik pada umumnya dari seorang entrepreneur. Sedangkan masing-masing entrepreneur bisa terjadi terdapat perbedaan di dalam kekuatan dari masing-masing karaketristik tersebut di atas. Disamping karaketristik di atas, keberhasilan seorang entrepreneur mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

Proactivity

- **initiative** --- does things before being asked or forced by events;
- **assertiveness** --- confronts problems with others directly. Tells other what they have to do;

Achievement orientation

- **Sees and acts on opportunities** --- Seizes unusual opportunities to start a new business, obtain financing, land, work space, or assistance;
- **Efficiency orientation** -- looks for and finds ways to do things faster or at less cost;
- **Concern for high quality work** --- states a desire to produce or sell a top or better quality product or service;
- **Systematic planning** --- breaks a large task down into subtasks or subgoals. Anticipates obstacles, evaluate alternatives.
- **Monitoring** --- develops or uses procedures to ensure that work is completed or that work meets standards of quality;
- **Commitment to others**
- **Commitment to work** ---- make a personal sacrifice or expends extraordinary effort to complete a job. Pitches in with workers or works in their place to get job done;
- **Recognizes the importance of fundamental business relationship** --- acts to build rapport or friendly relationships with customers. Sees interpersonal relationships as a bussines resource. Places long-term goodwill over short-term gain.

Sembilan karakteristik terakhir ini merupakan hasil penelitian dari para entrepreneur yang telah berhasil di Amerika yang dilakukan oleh *Entrepreneurship and Small Enterprise Development, second annual report by McBer and Co. to the United States Agency for International Development, march, 1986*. Karakteristik di atas juga membedakan entrepreneur dari manager sebuah badan usaha. *Siapapun bisa menjadi entrepreneur tidak membedakan usia, ras, jenis kelamin, asal negara, atau ciri-ciri lainnya. Entrepreneurship is not a genetic trait; it is a learned skill. Surveys, show that owners of small businesses believe they work harder, earn more money, and are happier than if they worked for a large company.*

Setelah entrepreneur mendirikan badan usahanya; bila badan usahanya tersebut semakin besar, ia tidak lagi mampu seluruh aktivitas seorang diri, maka ia harus membentuk suatu organisasi. Pada saat inilah ia membutuhkan manager untuk menjalankan organisasi tersebut. Di bawah ini *Zimmerer & Scarborough* mengutip perbedaan antara entrepreneur dan manager dari *The Journal of Creative Behavior, Vol 21, no 3, 1995*, sebagai berikut:

<i>Coventional Manager</i>	<i>Entrepreneur</i>
Very consciosous of rules & taboos	Views rules as guidelines only
Sensitive to the future and willing to postpone rewards	Concept on the future based on fantasy. Low threshold of frustation;
Has a powerful need for acceptance	Ambivalent toward control, succes, and responsibility. Can be manipulative and exploitative of others
Able to identify problems in any course of action. Make details plans	Impatient with discussions and theories is prone to action and seems impulsive

Perbedaan di atas menunjukkan bahwa manager yang konvensional sangat kaku/rigid di dalam menghadapi perubahan-perubahan, mereka terpaku ke dalam peraturan-peraturan dan prosedur-prosedur. Padahal kondisi dan situasi sekarang ini cepat dan selalu berubah sehingga sangat membutuhkan fleksibilitas.

Stevenson dan Gumpert dengan Manager's opportunity matrix menunjukkan lebih jauh perbedaan antara entrepreneur dan manajer, sebagai berikut:

		Desired future state characterized by growth & change	
		yes	No
Self-perceived power and ability to realize goals	yes	entrepreneur	satisfied manager
	No	frustrated potential entrepreneur	consummate bureaucratic functionary

Disamping perbedaan yang telah dikemukakan terdahulu, baik seorang entrepreneur maupun manajer yang memuakan mampu mencapai/merealisasikan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, tetapi seorang entrepreneur lebih orientasi ke masa yang akan datang lebih ditandai oleh pertumbuhan dan perubahan. Selain itu manajer yang modern (tidak konvensional) dalam dirinya juga melekat karakteristik dari entrepreneur. Seperti karakteristik berupa kemampuan melihat peluang-peluang dan merubahnya menjadi keuntungan bagi badan usaha dimana ia bekerja, berorientasi ke masa yang akan datang, dan keahlian dalam mengorganisasi. Bagi organisasi apapun, sangat tepat bisa saat ini -- masa dimana perubahan cepat dan selalu terjadi -- untuk memiliki manajer yang memiliki karakteristik entrepreneur. Situasi *ideal* yang selalu diharapkan adalah bila seorang manajer juga seorang entrepreneur dan juga seorang leader.

Entrepreneur's Motivations

Dalam kaitannya mengapa seseorang menjadi entrepreneur, Raymond W Y Kao berpendapat : ***All It is, is a matter of Motivation***. The people will not work for the good of the state or to achieve a classes society. In the capitalist world, most people work for themselves and for a better life.

Secara berbeda, Shesfsky mengemukakan :

Their destinations are private island -- places to build, create, and transform their particular dream into reality. Entrepreneurs' dreams are different. Their dreams are not limited to dreams about fantasy island or fast cars. Theirs about business. Entrepreneurs dream not just about becoming independent but also about particular product or service, method of distribution or manufacture, or new form of marketing and selling. And they are willing to do what it takes to make that dream real.

Entrepreneur mempunyai motivasi yang kuat untuk merealisasikan mimpinya tersebut. Dalam skala negara, negara Jepang dapat dijadikan contoh. Dalam empat dekade Jepang telah berubah dari negara yang hancur dan menyerah karena perang menjadi negara dengan kekuatan ekonomi yang dahsyat. Bukti yang cukup menunjukkan bahwa bangsa Jepang memiliki kemampuan untuk mengubah masalah menjadi peluang. Contohnya pada waktu krisis minyak mereka mengubah fokusnya yaitu dengan menciptakan mobil yang efisien penggunaan bahan bakarnya dan merubah arah industrinya kepada elektronik dan komputer.

Di bawah ini terdapat pandangan mashab "*confucianism*" yang diinterpretasikan oleh orang Jepang, antara lain: ***The group comes first and the individuals must be willing to sacrifice or deny themselves for group doctrines.***

Jepang adalah negara miskin sumberdaya alam. Tetapi rakyatnya memiliki budaya yang sama. Dan mereka baik secara individu maupun kolektif mempunyai ketakutan yang sama yaitu punahnya ras Jepang. Ketakutan ini memotivasi mereka untuk melakukan ekspansi ke luar batas negara. Dan ketakutan ini memotivasi bangsa Jepang, setelah perang, untuk menjadikan dirinya sebagai kekuatan ekonomi dunia.

Anda boleh menduga-duga berapa banyak entrepreneur di Jepang? Dan inipun menjadi pertanyaan penulis. Jepang juga memiliki badan usaha-bada usaha raksasa tetapi perbedaannya dengan Indonesia, raksasa-rakasasa Jepang ini (sekalipun orangnya kecil-kecil) berjalan dan berkembang seiring dengan usaha-usaha kecil dan menengahnya. Ini sesuai dengan falsafah "*confucianism*" yang telah dikemukakan di atas.

Lain halnya dengan kasus Taiwan ialah adanya ketakutan untuk dipermalukan. Seperti anda ketahui setelah Taiwan melepaskan diri dari raksasa RRC tentunya ada konsekuensi yang sangat besar dan berat yang dihadapinya; setiap saat raksasa tetangganya ini dapat dengan mudah menelannya. ketakutan ini mendorong Taiwan untuk kuat secara ekonomi. Dan ini telah memotivasi Taiwan untuk menjadi macan ekonomi Asia.

Kedua contoh ini menunjukkan bahwa motivasi bangsa yang kuat menyebabkan rakyat secara individual mempunyai motivasi yang sama. Hal yang sama sebetulnya bisa kita lihat pada Korea Selatan. RRC juga perlu diperhitungkan bahwa ia akan menjadi kekuatan ekonomi dunia karena merekapun memiliki motivasi yang kuat untuk itu. Motivasi bangsa (negara?) telah memacu motivasi bekerjasama (didukung oleh budaya yang sama) yang sedemikian rupa sehingga negara-negara tersebut bisa menjadi kekuatan ekonomi dunia.

Karakteristik yang baru saja penulis kemukakan, tentunya berbeda dengan karakteristik bangsa lainnya. Pada negara yang kapitalis tentunya motivasi individu lebih besar peranannya ketimbang motivasi bangsa. Motivasi individu perseorang ini tentunya lebih berbeda dan bervariasi (karena mereka tidak dilandasi oleh falsafah "*confucianism*"). Kebersamaan seperti yang ditunjukkan oleh bangsa Jepang dan Korea Selatan tidak ada pada mereka.

Sisi lain yang menarik untuk disimak ialah hasil penelitian di Kanada yang dilakukan oleh Russell M. Knight, seperti yang dikutip oleh Raymon W Y. Kao (Kao W Y Raymond, page 112) menunjukkan bahwa motivasi entrepreneur tidak semata-mata berkaitan dengan aspek finansial. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan sebagai berikut, bahwa para entrepreneur berasal dari:

- ***The foreign refugee.*** The most obvious escapee is the refugee from another country who has come to North America to escape political or religious presecution or to seek an economy with greater opportunities.
- ***The corporate refugee.*** This individual has become dissatisfied with the corporate environment in which he worked previously. He feels he would increase his job satisfaction tremendously by starting and oparating his own business.
- ***The parental (paternal) refugee.*** Individual obtain business training and experinece through the family environment and working in the family business. A significant number of such children, however, find their entrepreneurial fathers quite domineering and are attempting to escape from them in starting their own business, often in different fields from the family firm.

- **The feminist refugee.** The feminist who feels she is discriminated against by male superiors, peers, and subordinates in the educational system, the corporate environment and society in general, starts her own business to escape discrimination.
- **The housewife refugee.** The housewife or home-maker, who often looks after her family until the children have grown at least to school age, decides to go back to work and start her own business, usually with her family's assistance.
- **The society refugee.** The classic cases of the phenomenon are artists, sculptors, craftsmen and others who do not agree with many of the aspects of their society. They often start businesses which are tied to their craft, hobby or artistic skills.
- **The educational refugee.** Many people who drop out or fall out of our educational system start their own business.

Raymond W Y Kao (Kao, page 113) menyimpulkan bahwa motivasi paling mendasar dari semua yang dikemukakan di atas ialah : **To Gain economic freedom is perhaps the reason for many of our entrepreneurs.**

Kreativitas dan inovasi.

Entrepreneurs are not just opportunistic; they also creative and innovative. (Stevenson and Gumpert, *The heart of entrepreneurship, Harvard Business Review, page 71*). Kemampuan entrepreneur untuk mampu melihat peluang-peluang yang disebabkan oleh terjadi perubahan-perubahan menjadi tidak bermanfaat apabila dia bukan orang yang kreatif dan inovatif. Kreativitas dan inovasi diperlukan agar peluang tersebut bisa dirubah menjadi keuntungan baginya atau bagi badan usahanya.

Creativity didefinisikan sebagai (Robbins, page 170); *The ability to combine ideas in a unique way or to make unusual associations between ideas.* Sedangkan **Innovation** didefinisikan olehnya sebagai: *the process of taking creative idea and turning it into a useful product, service, or method of operation.*

Peter Drucker mengemukakan (Drucker, page 19) Di Amerika Serikat, entrepreneur didefinisikan sebagai seseorang yang memulai bisnisnya yang kecil dan baru. Drucker tidak setuju bila semua orang seperti demikian disebut sebagai entrepreneur, sekalipun ia menghadapi resiko. Seseorang yang membuka suatu convenience store bukanlah entrepreneur sebab hal ini sudah dilakukan oleh banyak orang berulang kali. Lain halnya dengan McDonald. Banyak orang menjual ayam goreng tetapi McDonald menjual dengan cara berbeda. *McDonald melakukan inovasi.* McDonald berhasil menciptakan suatu pasar yang baru dan pelanggan baru.

Oleh karena itu untuk disebut entrepreneur; badan usaha yang dimilikinya haruslah memiliki *karateristik khusus* (hasil inovasi) yang berbeda dari *karakteristik badan usaha lainnya.* **Dengan demikian inovasi merupakan instrumen spesifik dari entrepreneurship.** Entrepreneur yang berhasil apapun motivasinya -- uang, kekuasaan, pengakuan -- mencoba untuk menciptakan *nilai* dan untuk memberikan *kontribusi* dengan cara melakukan inovasi-inovasi yang diperlukan.

Sekalipun Jepang, disebut *imitator* dan bukan *inovator*, tetapi banyak inovasi yang telah mereka lakukan. Indikator yang menunjang hal ialah semakin besarnya anggaran research and development pada badan usaha-badan usaha Jepang. Sebagai akibat tingkat pendapatan per kapita Jepang yang semakin meningkat dan bergesernya strategi Jepang ke arah teknologi tinggi; mau tidak mau Jepang harus melakukan relokasi industri.

Indonesia, sebagai negara yang disebut-sebut mempunyai keunggulan komparatif berupa harga tenaga kerja yang lebih murah dan pasar yang cukup besar tentu menjadi pilihan bagi relokasi industri yang dilakukan Jepang. Tentu saja ini dipandang sebagai peluang besar dan segera ditangkap oleh pengusaha-pengusaha Indonesia. Karena relokasi industri yang dilakukan Jepang atau negara lainnya ialah industri yang berteknologi rendah dan pengusaha Indonesia *tinggal mengerjakan saja* maka tidak banyak inovasi yang bisa dilakukan. *Kwik Kian Gie, mengatakannya sebagai industri tukang jahit.* Nilai tambah yang berhasil diciptakan mungkin hanya sekedar penciptaan lapangan kerja.

Sedangkan untuk industri berteknologi tinggi, seperti otomotif, dimana perkembangan teknologinya begitu cepat, Jepang tidak memberikan kebebasan yang cukup memadai. Sekalipun sudah diproteksi habis-habisan oleh pemerintah selama hampir 30 tahun, toh orang Indonesia tetap saja tidak mampu membuat mobil sendiri. Karena transfer teknologi yang diidam-idamkan ternyata tidak kunjung tiba. Bagaimana bisa berinovasi kalau kita tidak memiliki teknologinya. Tentu orang Jepang juga tidak bodoh, mereka mungkin hanya melihat pasar yang besar dan biaya produksi yang rendah. Dari sini pula asal muasal adanya tuduhan bahwa kita tidak punya industrialist, kita hanya punya pedagang. Dibawah ini ditunjukkan besarnya anggaran R & D badan usaha Jepang Dan U.S. yang bergerak dalam bidang semi conductor

R & D in U.S. VS. Japanese Semiconductor Company (in millions dollar of dollars)

	Japanesse companies		U.S. Companies	
	R & D spending	Percents of sales	R & D spending	Percents of sales
1976	\$ 164.7	14,7%	\$227.8	6.7%
1977	199.8	15.7	300.3	7.7
1978	375.9	15.1	384.3	8.0
1979	427.8	14.6	470.0	7.1
1980	483.8	12.6	624.6	7.4
1981	621.3	14.9	776.0	9.7
1982	725.4	15.5	875.3	10.9
1983	941.5	14.2	953.8	9.7
1984	1.078.0	11.0	1.414.0	10.1
1985	1.314.0	15.0	1.597.5	15.0
1986	NA	NA	1.581.8	13.9

Sources: U.S Companies 1976 -1986, SIA; Japanese companies 1976 -1984.

Saya punya keyakinan bahwa pentium yang kemampuan lebih besar dari Pentium II sebenarnya sudah ada, mereka tinggal menunggu timing yang tepat untuk meluncurkannya. Kalau melihat aspek pemasaran; inovasi berkaitan dengan kemampuan melakukan diferensiasi. Kemampuan untuk melakukan diferensiasi ini akhirnya akan berpengaruh terhadap positioning yang menjadi keunggulan bersaing bagi badan usaha.

Negara tercinta Indonesia, sangat memerlukan banyak entrepreneur yang inovatif. Supaya Indonesia mulai mengandalkan diri pada keunggulan bersaing, tidak hanya mengandalkan keunggulan komparatif yang mulai terancam oleh negara-negara seperti RRC, Vietnam, India, Bangladesh, dll. Harapan penulis dan harapan 200 juta lebih rakyat Indonesia diakhir abad dua puluh ini begitu besar, semoga..

Daftar Pustaka

- Drucker, F, Peter, 1985. *Innovation and entrepreneurship, Practice and Principles*, Heinemann, London.
- Harvard Business Review, 1991. *Entrepreneurship, Creativity at Work*, Harvard Business Review Paperback No. 90076.
- Holt H, David, 1990. *Management, Principles and Practices*, second edition, Prentice Hall International Inc, USA, 1990.
- Kao, J, John, 1991. *The Entrepreneurial Organization*, Prentice Hall International Inc, USA.
- Kao, W.Y. Raymond, 1995. *Entrepreneurship, A Wealth Creation and Value Adding Process*, Prentice Hall, Singapura.
- Robbins, P, Stephen, 1994. *Management*, fourth edition, Prentice Hall Inc, USA.
- Shelley, E. Lloyd, 1994. *Entrepreneurs Are Made Not Born*, McGraw-Hill, Inc, USA.
- Wehrich, Heinz and Koontz, Harold, 1993. *Management, A Global Perspective*, tenth edition, McGraw-Hill.
- Zimmerer, W. Thomas and Scarborough, M. Norman, 1998. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, second edition, Prentice Hall, Inc.