

**ENTREPRENEUR MINDSET USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
(STUDI PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI  
KECAMATAN SARONGGI)**

**Dedy Arfiyanto, SE., MM**  
(Mrdego.ar@gmail.com)

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wiraraja

**Aprilina Susandini, SE., M.SM**  
(aprilina.susandini@gmail.com)

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wiraraja

**Endang Widyastuti, SE., M.Si**  
(endangwidyastuti\_fe@yahoo.co.id)

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wiraraja

**Abstrak**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki daya survival yang sangat tinggi dan terbukti mampu mengatasi pengangguran serta berperan dalam perekonomian Indonesia. Entrepreneur adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan *entrepreneurial*, lebih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari. Di penelitian ini, kami mencoba masuk ke sektor produksi dengan memotret usaha kecil dan menengah di Kecamatan Saronggi yaitu Kripik “Muris”, Keris dan Catring “Dua Putri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sifat *entrepreneur* yang dimiliki oleh pelaku usaha dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu lahir, lingkungan dan latihan. Setiap pelaku usaha memiliki latar belakang yang berbeda. Latar belakang pelaku usaha dapat dilihat dari sisi input informasi, lingkungan sekitar dan pengalaman masa lalu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari ketiga pelaku usaha semua memiliki pola pikir kreatif dan inovatif. Pemikiran kreatif pelaku usaha merupakan proses mental yang melibatkan kemampuan pelaku usaha untuk menemukan ide atau konsep baru, kemudian dapat menghubungkan keterkaitan antar ide/konsep yang telah ada sebelumnya.

**Kata kunci: UMKM, mindset pelaku usaha.**

UKM memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di Negara-negara maju (NM). Di Negara maju, UKM sangat penting tidak saja karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja, tetapi juga dibanyak Negara kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan PDB paling besar dibandingkan kontribusi dari Usaha Besar (UB).

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dalam membangun perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan di Indonesia hal ini terbukti dari bertahannya sektor UKM saat terjadi krisis hebat tahun 1998, bila dibandingkan dengan sektor lain yang lebih besar justru tidak mampu bertahan dengan adanya krisis. Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008

mengemukakan bahwa UKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor.

Pada masa krisis ekonomi yang berkepanjangan, UKM dapat bertahan dan mempunyai potensi untuk berkembang. Dengan demikian UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif, serta persoalan-persoalan yang menghambat usaha-usaha pemberdayaan UKM harus dihilangkan. Konstitusi kebijakan ekonomi Pemerintah harus menempatkan UKM sebagai prioritas utama dalam pemulihan ekonomi, untuk membuka kesempatan kerja dan mengurangi jumlah pengangguran. Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Data tahun 2005-2009 dilihat dari Unit Usaha jumlah Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) UMKM sebanyak 52.764.603 unit dengan jumlah Usaha Mikro sebanyak 52.176.795 unit, Usaha Kecil sebanyak 546.475 unit dan Usaha Menengah 41.133 unit.

Usaha-usaha mikro dan kecil secara kasat mata dapat dijumpai, mereka ada di perumahan, dibangun dari garasi atau dapur rumah, tampak ditepi-tepi jalan, mulai dari kuliner sampai bengkel mobil dan sepeda motor, dari tape ketan sampai garam dapur, dari batik sampai kain border, dari barang-barang kerajinan sampai mikro hidro. Usaha-usaha kecil ini memiliki daya survival tinggi karena mereka tumbuh secara alamiah ibarat pohon dalam hutan, akarnya menghujam dalam ketanah dan batangnya kokoh menjulang ke langit. Walau bisnisnya *overcrowded* tapi pohon-pohon ini mengakar dan hidup berdampingan dengan ekosistem disekitarnya. Mereka saling memberi kehidupan.

Usaha-usaha kecil ini juga meghadapi ujian-ujian alam dengan berbagai kesulitan, seperti kendala modal, sumber daya manusia, sikap pemerintah yang berubah-ubah, lokasi usaha, persaingan, perkembangan teknologi dan sebagainya. Beberapa hal yang seringkali dihadapi pengusaha mikro/kecil mengenai keberadaan usahanya dari keberlanjutan usahanya di Indonesia:

1. Para pelaku UKM selalu mengandalkan usaha sebagai sumber penerus usaha, ini berarti sesungguhnya sumber daya untuk pengembangan usaha keluarga atau usaha kecil sangat terbatas, karena terbatas itulah maka para pelaku UKM harus sudah memikirkan proses transfer kepemimpinan sedari awal.
2. Perubahan-perubahan yang bersifat evolusioner dan revolusioner, yaitu perubahan yang terjadi spontan dan secara bertahap dari usaha yang di gelutinya sehingga menyebabkan usahanya jauh dibelakang, karena tidak bisa menyesuaikan diri.

3. Usaha kecil menghadapi ancaman yang sangat besar dari pelaku-pelaku usaha besar. Para pelaku usaha besar ini memiliki skala ekonomis yang juga besar sehingga mereka memiliki efisiensi. Kalau produk usaha kecil ini tidak dapat dijadikan produk massal, maka masa depan mereka sangat terancam.
4. Pentingnya *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* adalah sebuah cara berpikir dan bertindak yang didasari oleh kemampuan melihat dan menangkap peluang. Suatu peluang hanya dapat ditangkap oleh mereka yang mempersiapkan diri pada bidang tersebut. *Entrepreneurship* itulah yang menentukan apakah pengusaha kecil mampu tumbuh menjadi perusahaan kelas menengah atau tetap kecil dan semakin terpuruk.
5. Permodalan, tak dapat disangkal bahwa usaha kecil di Indonesia mengalami kendala permodalan. Tetapi, kendala ini lebih disebabkan oleh cara berpikir dan ketidakmengertian dalam berhubungan dengan sektor-sektor keuangan atau pra pemilik modal. Untuk mendapatkan modal, diperlukan pencatatan yang dapat dipertanggungjawabkan dan disiplin dalam pengembalian.
6. Sumber godaan, semua usaha kecil di Indonesia di abad 21 ini menghadapi godaan besar dari sektor politik, mereka akan mendapatkan tawaran untuk menjadi anggota atau pengurus partai politik, ikut dalam kompetisi untuk memperebutkan jabatan sebagai pejabat publik, baik mereka sendiri maupun keturunannya.
7. Sifat usaha yang membentuk cluster, dimana-mana diseluruh dunia, usaha itu bersifat berkumpul, akan tetapi untuk pengusaha kecil pembentukan cluster belum terlaksana sepenuhnya.
8. Keuletan, modal utama seorang pengusaha kecil, selain kejujuran dan integritas adalah keuletan dan kerja keras. Hampir semua pengusaha memiliki *self discipline* yang sangat kuat, sehingga mereka percaya bahwa mereka harus bangun lebih cepat dari pada matahari dan baru beristirahat setelah matahari terbenam. Mereka memiliki disiplin alamiah yang melekat dalam DNA mereka, bahkan kerja keras itu dimiliki tanpa mengenal usia pension. Dalam hal tertentu ini bisa menjadi sumber bagi pengembangan usaha, tetapi sekaligus bisa menjadi penghambat bagi kemajuan.

Berdasarkan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk mengetahui banyak tentang *entrepreneur mindset* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu bagaimana latar belakang pelaku usaha kecil dan menengah dari sisi input informasi, lingkungan sekitarnya, dan pengalaman masa lalunya dan bagaimana pola pikir kreatif dan inovatif pengusaha kecil mikro dan menengah berkaitan dengan produk dan manajemen.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui latar belakang pelaku usaha dari input informasi, lingkungan sekitar dan pelaku usahanya, dan untuk mengetahui pola pikir

kreatif dan inovatif usaha kecil dan menengah berkenaan dengan produk dan manajemen usahanya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif data yang di dapat akan lebih lengkap dan lebih mendalam, kredibel dan bermakna sehingga pengusaha Mikro dan kecil (*actor*), dengan kegiatan-kegiatan usahanya dan tempat/lokasi usaha (*place*) akan menghasilkan situasi sosial tertentu.

*Entrepreneurial mindset* adalah kerangka berpikir seseorang yang beorientasikan *entrepreneurial*, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu hal yang datangnya dari pengambilan resiko (McGrath & MacMillan, 2000: 2).

Karakteristik *entrepreneurial mindset* antara lain, *action oriented*, berpikir simple, mereka selalu mencari peluang baru, mengejar peluang dengan disiplin tinggi, hanya mengambil peluang yang terbaik, fokus pada eksekusi, memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti.

*Entrepreneur* merupakan satu kelompok usaha yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berpikir dan bertindak produktif. Pertumbuhan wirausaha berkorelasi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi, karena lapangan kerja akan terbuka, pendapatan masyarakat meningkat, daya beli bertambah, barang dan jasa yang dihasilkan dunia industry akan laku terjual, roda ekonomi akan berputar. Entrepreneur selalu berorientasi pada action, tidak senang berteori, tapi lebih praktis, banyak kerja dan bicara. *Entrepreneur* tidak segan, tidak malu mengungkapkan mimpinya, dan mimpi besarnya itu merupakan sumber energy untuk membangkitkan motivasi dan misinya. Kadang-kadang seorang entrepreneur bias membuat ide-ide gila, tidak masuk akal, tapi menjadi kenyataan, berkat kegigihannya memperjuangkan ide tersebut.

Perbedaan antara entrepreneur dengan pemimpi sangat tipis, keduanya sama-sama menginginkan sesuatu, tapi pemimpi berhenti sebatas angan-angan dan melamun, sedangkan wirausaha berjuang mewujudkan mimpinya menjadi kenyataan (SWA, DES.06-jan-07).

Modal utama wirausaha adalah kreatifitas, keuletan, semangat pantang menyerah. Semangat pantang menyerah ini memandang kegagalan hanyalah keberhasilan yang tertunda, meski terantuk dan jatuh, mereka akan bangkit kembali dengan gagah, mereka tahan banting. Wirausaha yang kreatif takkan habis akal bila mendapat tantangan, mereka merubahnya menjadi peluang. Wirausaha sejati bukan spekulasi, tapi seorang yang memiliki penghitungan cermat, mempertimbangkan segala fakta, informasi, dan data, ia mampu memadukan apa yang ada dalam hati, pikiran dan kalkulasi bisnis.

## PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Kita sering mendengar tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) hampir setiap hari di tivi dan surat kabar. UMKM memiliki daya survival yang sangat tinggi dan terbukti mampu mengatasi pengangguran serta berperan dalam perekonomian Indonesia. Lima tahun belakangan ini, UMKM mendapat perhatian yang lebih besar. Data statistik menunjukkan ada 54,5 juta usaha mikro dan 56 ribu usaha kecil di Indonesia.

Di Penelitian ini, kami mencoba masuk ke sektor produksi dengan memotret usaha kecil dan menengah di Kecamatan Saronggi. UMKM juga sering menghadapi kesulitan dalam menjalankan usahanya seperti kendala modal, sumber daya manusia, kebijakan pemerintah yang tidak mendukung, lokasi usaha, persaingan, perkembangan teknologi dan lain-lain. Obyek dalam penelitian ini adalah tiga usaha mikro dan kecil di Kecamatan Saronggi yaitu Kripik “Muris”, Keris dan Catring “Dua Putri”.

Kripik “Muris” merupakan perintis usaha kripik singkong di Kecamatan Saronggi. Muris merupakan usaha kripik yang cukup dikenal di daerah Sumenep yang di pimpin oleh seorang perempuan yakni Hj. Kurniah. Awalnya ingin membantu perekonomian keluarga sehingga mencoba untuk membuat kripik singkong dan menjualnya. Usaha yang awalnya coba-coba akhirnya mampu membantu dan meningkatkan perekonomian keluarga. Usaha yang pertama dikerjakan sendiri sekarang sudah menyerap 42 tenaga kerja.

Mega Remeng merupakan nama sebuah organisasi perkumpulan para pengrajin keris di Sumenep. Fathorrahman adalah pendiri dan sekaligus ketuanya. Pengrajin keris di Sumenep tersebar di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Lenteng, Kecamatan Saronggi dan Kecamatan Bluto. Fathorrahman merupakan salah satu pengrajin keris yang memulai usahanya sejak tahun 1990, awalnya hanya pedagang dan pembuat sarung keris. Kecintaannya akan keris mendorong Fathorrahman untuk memproduksi keris.

Catring “Dua Putri” adalah salah satu catring yang terkenal di Saronggi. Kegiatan usahanya ada di Desa Kebudadap Barat. Pemiliknya bernama Yuli, usaha yang dirintis mulai tahun 2005 ini sekarang sudah mampu bersaing dengan catring lain yang ada di kota. Awalnya dia hanya membantu ibunya yang berjualan kue lapis, kue serikoyo, dan kue ikan di pasar. Yuli mencoba membuat dan menjual kue lainnya dan ternyata laris manis di pasar. Akhirnya dia memberanikan diri untuk menerima pesanan. Pertama dia hanya dibantu ibu dan suaminya tapi sekarang karyawannya ada 25 orang, karyawan tetapnya 10 orang dan 15 orang karyawan tidak tetap yang bekerja ketika dibutuhkan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa sifat *entrepreneur* yang dimiliki setiap pelaku usaha dipengaruhi oleh tiga faktor yang dikenal dengan sebutan 3 L yaitu lahir, lingkungan dan latihan. L yang pertama lahir yaitu sifat *entrepreneur* yang dimiliki oleh pelaku

usaha memang bawaan dari lahir. Faktor kedua adalah lingkungan artinya sifat *entrepreneur* muncul karena pelaku usaha berada dan dibesarkan di lingkungan *entrepreneur*. Faktor terakhir adalah latihan yaitu sifat *entrepreneur* muncul karena latihan, mencoba dan mencoba terus.

Dari hasil interview yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa setiap pelaku usaha memiliki latar belakang yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang pelaku usaha bisa dari mana saja, ada yang dari hobi, kecintaan, kesenangan dan coba-coba.

Latar belakang pelaku usaha erat kaitannya dengan mindset yang dimiliki pelaku usaha itu sendiri. Mindset (kerangka pikir) adalah sekumpulan asumsi, metode, cara yang dipegang dengan kuat oleh seseorang sedemikian rupa memberi kekuatan dalam diri untuk terus berperilaku seperti yang diyakininya (wikipedia: mindset). Latar belakang pelaku usaha kecil dan menengah dapat dilihat dari sisi input informasi, lingkungan dan pengalaman masa lalu.

Pelaku usaha yang sukses punya kebiasaan untuk menyaring informasi yang masuk kedalam pikirannya. Semua informasi akan diserap dan akan diproses lagi. Misalkan ada kenaikan bahan bakar minyak (BBM) ini merupakan informasi buruk bagi pelaku usaha karena ketika BBM naik semua barang juga ikut naik. Informasi yang diterima akan diproses, kemudian mereka mengambil keputusan. Informasi yang masuk akan digunakan pelaku usaha untuk mengambil keputusan seperti keputusan pemasaran, keputusan produksi, keputusan keuangan dan lain-lain. Untuk mendapatkan lebih banyak informasi biasanya pelaku usaha sengaja mencari informasi dari pelanggan.

Latar belakang pelaku usaha bisa dilihat dari sisi lingkungan sekitar. Sifat *entrepreneur* pelaku usaha bisa muncul karena lingkungan sekitar. Contohnya Fathorrahman yang lahir dan besar di lingkungan yang mayoritas penduduknya adalah pembuat dan pengrajin keris. Kecintaannya akan keris sudah tumbuh sejak kecil dan lingkunganlah yang memperkenalkan dengan usahanya sekarang.

Pengalaman masa lalu, masa lalu tidak akan berpengaruh pada masa depan anda. Masa depan dipengaruhi oleh masa sekarang. Apa yang dilakukan saat ini, akan mempengaruhi bagaimana kehidupan di masa mendatang. Apa dan bagaimana kita beberapa tahun mendatang akan sangat bergantung dari apa dan bagaimana tindakan kita saat ini. Para pelaku usaha kecil dan menengah yang sukses selalu belajar dari pengalaman. Kegagalan di awal-awal usahanya tidak membuat mereka menyerah, dari kegagalan mereka bertekad untuk sukses. Hampir semua pengusaha sukses berawal dari kegagalan.

Pelaku usaha harus memiliki pola pikir kreatif dan inovatif agar mampu bersaing dan tetap survive. *Opportunity creation* tidak akan pernah dilakukan jika kreativitas (creativity) sebagai salah satu *entrepreneurial* mindset belum dimiliki. Pada saat abad ke-18, konsep

mengenai kreativitas lebih sering digunakan dalam teori seni dan dihubungkan dengan konsep imajinasi. Pemikiran kreatif (*creative thought*) merupakan proses mental yang melibatkan kemampuan *creative problem solving* dan penemuan ide atau konsep baru, kemudian dapat menghubungkan keterkaitan antar ide/konsep yang telah ada sebelumnya. Dari sudut pandang ilmiah, produk dari pemikiran kreatif harus memiliki nilai orisinal dan kelayakan yang tinggi. Walaupun tampaknya fenomena produk pemikiran kreatif cukup sederhana, namun faktanya cukup kompleks.

Beberapa orang percaya bahwa kreativitas adalah bakat yang dimiliki seseorang dari lahir, beberapa mengatakan kreativitas dapat diajarkan dengan teknik aplikasi yang sederhana. Kreativitas juga dipandang sebagai buah dari suatu perenungan (*muse*). Kreativitas juga bagian esensi dari inovasi dan penemuan, dimana hal ini sangat penting.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil dan menengah dituntut kreatif dan inovatif mengingat pesaing semakin banyak. Cerita dari Hj. Kurniah bahwa diawal usahanya dia hanya memproduksi kripik singkong. Melihat pesaing yang semakin menjamur Hj. Kurniah tidak hanya memproduksi kripik singkong tapi hampir semua kripik diproduksi. Selain itu, dia juga menambah rasa pada kripik singkongnya, ada rasa keju, rasa berberque dan rasa pedas manis. Pastinya kualitas kripik “Muris” masih tetap terjaga.

Fathorrahman seorang pengusaha dan pengrajin keris yang usahanya berkaitan dengan seni pastinya lebih mudah untuk melakukan kreativitas, karena sebenarnya kreativitas adalah seni. Kreativitas pada usaha Fathorrahman bisa dilihat dari pamor pada keris. Jika pada usaha catring “Dua Putri” Yuli lebih menekankan pada kualitas dan rasa kue. Kreativitas yang dilakukan Yuli lebih pada jenis kue dan menu nasi kotak yang ditawarkan. Untuk kue kering Yuli selalu bereksperimen dengan resep-resep baru. Para pelaku usaha kecil dan menengah yang sukses didukung oleh pola pikir kreatif dan inovatif.

## KESIMPULAN

Kegiatan usaha kecil dan menengah memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian karena sektor ini telah teruji mampu bertahan di waktu krisis moneter. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Sifat *entrepreneur* yang dimiliki oleh pelaku usaha dipengaruhi oleh faktor 3 L yaitu lahir, lingkungan dan latihan.
2. Latar belakang pelaku usaha dapat dilihat dari sisi input informasi. Supaya sukses dan berhasil pelaku usaha harus mampu menyerap dan memproses informasi yang ada. Pelaku usaha jangan hanya terpaku mengurus operasional usaha tapi informasi juga perlu dicari, diserap dan diproses.

3. Latar belakang pelaku usaha dapat pula lihat dari sisi lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar seperti keluarga, lingkungan tempat tinggal sering menjadi faktor utama yang melatar belakangi pelaku usaha memulai bisnisnya.
4. Selain dari sisi input informasi dan lingkungan sekitar, latar belakang pelaku usaha juga dapat dilihat dari sisi pengalaman masa lalu. Pengalaman masa lalu terkadang membuat seseorang trauma tapi pelaku usaha yang sukses selalu belajar dari pengalaman.
5. Seorang pelaku usaha dituntut memiliki pola pikir kreatif dan inovatif agar tetap survive dan mampu bersaing dengan pesaing. Pemikiran kreatif pelaku usaha merupakan proses mental yang melibatkan kemampuan pelaku usaha untuk menemukan ide atau konsep baru, kemudian dapat menghubungkan keterkaitan antar ide/konsep yang telah ada sebelumnya.

Saran yang bisa diberikan penulis setelah melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi pihak pelaku usaha (*entrepreneur*) sebaiknya para pelaku usaha lebih sensitive terhadap perubahan apapun yang terjadi di luar dirinya. Supaya berhasil, pelaku usaha harus mencari informasi sebanyak-banyaknya sebelum mengambil keputusan. Dengan kata lain, pelaku usaha perlu membaca dan mendengarkan berita, bergaul, mengikuti perkembangan, berdialog dengan pelaku usaha lainnya, membangun hubungan dengan dunia perbankan dan pemasok teknologi. Selain itu, seorang pelaku usaha harus ulet karena modal utama pengusaha selain kejujuran dan integritas adalah keuletan dan kerja keras.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar penelitian serupa dapat dilakukan dengan memperhatikan jumlah obyek penelitian yang lebih banyak dengan lokasi penelitian yang lebih luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bessant, J. & Tidd, J. 2007. *Innovation Entrepreneurship*, chicester: John Walley.
- Ir. Ciputra Quantum Leap 2. Ditulis Dr. (Hc) Ir Ciputra, Ir Antonius Tanan, M.BA., M.Sc, M.A, dan Agung Wahyudi, Ph.d. *Kenapa dan Bagaimana Entrepreneurship Mengubah Masa Depan Anda*.2011
- Kuratko, D.F. & Hodgets, R.M. 1998. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Orlando: the Pry And Press.
- McGrath, R.G. & MacMillan. I 2000. *The Entrepreneurial Mindset: strategies for Continuously Creating Opportunity in An Age of Uncertainty*. Boston: Harvard Business School Press.
- Renald, Kasali. (2010). *Modul Kewirausahaan Mandiri*.
- Tanan, A., Isti, Margiman, & Yang, F. *The 7 Principles of Entrepreneurship Base Learning* Ciputra Way. Tim Kurikulum UCEC