

PERISTIWA *ENTREPRENEURIAL*: TINJAUAN DAN PENGEMBANGAN PEMIKIRAN SHAPERO DALAM CERITA TIGA WIRAUSAHA DI BALI

Roni Tua

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan
roni.tua@unpar.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan literatur dan teori kewirausahaan yang berkembang terlalu cepat dapat mengakibatkan terabaikannya pemikiran-pemikiran klasik yang mungkin masih sangat relevan untuk dikembangkan. Atribut apa yang melekat dalam diri seseorang agar ia dapat dikategorikan sebagai seorang wirausaha adalah salah satu masalah dalam studi kewirausahaan yang jawabannya dapat dikembangkan dengan melakukan peninjauan kembali atas pemikiran-pemikiran terdahulu. Studi ini merupakan peninjauan kembali atas pemikiran klasik Albert Shapero, yaitu teori tentang peristiwa *entrepreneurial* dan konsepsi tentang *displaced entrepreneur* yang berkontribusi untuk memberikan pemahaman tentang transisi dan intensi kewirausahaan individu. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan membandingkan cerita kewirausahaan tiga partisipan, yaitu para wirausaha produk kreatif, di Bali: seorang pemilik artshop, seorang pembuat produk, dan seorang eksportir produk kreatif. Studi ini menghasilkan temuan tentang peran dari *prior employment*, yaitu tempat para wirausaha bekerja sebelum mendirikan usaha rintisan, dan pentingnya membangun kemitraan. Temuan ini memiliki implikasi praktis dan teoritis untuk memformulasi strategi pengembangan kewirausahaan yang relevan dan kontekstual.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pengalaman *Entrepreneurial*, Storytelling

ABSTRACT

The corpus of academic literature on entrepreneurship is progressing rapidly, which could lead to negligence for classical ideas that may still be pertinent and contextually necessary to be developed. The unanswered topic of what attributes attach to an entrepreneur and give rise to the label "entrepreneur" may be advanced after scholars revisit earlier theories. This study is a re-examination of Albert Shapero's notion of the displaced entrepreneur and his classical theory of entrepreneurial event, both of which have been useful in understanding the transition and intention of individual entrepreneurship: an artshop owner, a maker and an exporter of creative products. This study uses a qualitative technique to compare the experiences of three Bali-based creative product entrepreneurs. This study produces findings, confirmation of the crucial importance of prior employment, the potential entrepreneur's place of employment, and a crucial step in partnership building. The conclusions have significance for both theoretical and practical formulations of relevant and contextualised entrepreneurship development strategies.

Keywords: *Entrepreneurship, Entrepreneurial Experience, Storytelling*

PENDAHULUAN

Khazanah pemikiran di bidang kewirausahaan merupakan sebuah area yang relatif muda, namun mengalami perkembangan yang pesat (Shepherd, 2015). Terutama dalam dua dekade terakhir, di mana komersialisasi dan perkembangan teknologi dan inovasi berkontribusi dalam mendorong munculnya gairah akademisi untuk menghasilkan perkembangan terbaru dalam bidang ini. Terlepas dari banyaknya pemikiran-pemikiran kewirausahaan yang baru, beberapa ide dan konsep kewirausahaan yang sifatnya fundamental masih terus diperdebatkan. Termasuk dua pertanyaan klasik: apakah kewirausahaan (Gartner, 1988) dan di manakah batas bidang kajian kewirausahaan (Audretsch, 2012), merupakan dua obyek perdebatan yang tidak menemukan konsensus.

Dalam perkembangan perumusan definisi kewirausahaan, para pengkaji mencari esensi dari obyek studi ini dan pendapat mereka terpecah. Sebagian menyatakan bahwa terbentuknya entitas bisnis yang baru merupakan esensi kewirausahaan (Gartner, 1985), kelompok selanjutnya melihat proses pengambilan risiko di tengah ketidakpastian (Brockhaus, 1987). Ada juga kelompok Schumpeterian yang menyatakan bahwa esensi kewirausahaan ada pada inovasi (Schumpeter, 1934), sementara grup lain pada identifikasi dan eksploitasi kesempatan (Shane & Venkataraman, 2000). Selain itu ada juga kecenderungan yang melihat kecakapan menjalankan usaha sebagai karakter kewirausahaan (Brockhaus, 1987), namun kelompok ini dikritik karena tidak mampu membedakan seorang wirausaha dengan seorang manajer. Pandangan dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan teoretis di atas memiliki implikasi di

tingkat praktis. Apakah seseorang *influencer* dan *trendsetter*, baik dalam bidang seni, *fashion*, gaya hidup adalah seorang *entrepreneur* (Zanella & Renard, 2022)? Apakah seorang petani juga memenuhi karakteristik sebagai *entrepreneur* (De Montoya, 2000; Imas, Welson & Weston, 2012)? Dan bagaimana pandangan kajian kewirausahaan terhadap bisnis yang dibangun atas dasar hobi, bukan profit (Pret & Cogan, 2019; Tregear, 2005)?

Audretsch (2012) membuat peta pemikiran *entrepreneurship* yang menurutnya memiliki dua dimensi: kewirausahaan individu-organisasi (I-O) dan hulu-hilir proses kewirausahaan. Dalam dimensi yang pertama, I-O, kewirausahaan merupakan proses yang dilakukan dalam tingkat organisasi dan individu. Ketika kewirausahaan fokus pada seorang individu, disebut *entrepreneur* atau wirausahawan, maka bidang ini menarik minat para pengkaji berlatar belakang psikologi. Pertanyaan utama yang sering dikemukakan dalam klaster ini adalah bagaimana ciri dan karakter seorang wirausahawan, terutama dalam menginisiasi kebaruan. Kewirausahaan juga dapat dilihat dalam konteks organisasi, yang membawa implikasi pada pencarian perilaku organisasi *entrepreneurial* berdasarkan ukuran dan umur. Terdapat kecenderungan peneliti untuk melihat bahwa organisasi bisnis dengan ukuran yang kecil, yang sering disebut sebagai usaha kecil (*small enterprises*), dan umur yang muda, atau usaha rintisan (*start-up*), merupakan dua organisasi yang memiliki unsur *entrepreneurial* dibandingkan perusahaan yang sudah mapan berdiri (Aldrich & Auster, 1986). Dalam dimensi kedua, hulu-hilir, para pengkaji memperhatikan awal, kelanjutan, dan dampak dari proses kewirausahaan. Pertanyaan utama yang mengemuka adalah terkait intensi dan motivasi berwirausaha (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Krueger, 2020), pertumbuhan usaha (Isenberg, 2012), dan dampak aktivitas kewirausahaan di tingkat makro, termasuk pertumbuhan ekonomi (Acs, Autio & Szerb, 2014) dan dampak sosial dari inovasi yang dilakukan wirausahawan (Thompson, Purdy & Ventresca, 2018; Melin, Gaddefors, & Ferguson, 2022). Peta yang diberikan Audretsch (2012) memberikan kejelasan lingkup dan batasan bidang kajian kewirausahaan, namun tetap tidak menyelesaikan perdebatan definisi kewirausahaan.

Ada pemikiran di bidang *entrepreneurship* yang tergolong klasik yang berkontribusi dalam

mengurai perdebatan mengenai definisi kewirausahaan, yaitu konsep *entrepreneurial event* atau peristiwa *entrepreneurial* yang diperkenalkan oleh Shapero (Krueger & Brazeal, 1994; Krueger, 2020). Alih-alih menambahkan definisi kewirausahaan, ia menawarkan sebuah konsep baru, *entrepreneurial event* atau peristiwa *entrepreneurial* yang menurutnya merupakan esensi proses kewirausahaan. Konsep ini berasal dari hasil penelitian empiris yang ia lakukan, sebuah penyelidikan atas proses yang dialami ratusan warga di Amerika yang bertransisi menjadi wirausaha. Sebagian besar dari orang-orang yang cerita hidupnya ia pelajari menyatakan bahwa proses menjadi seorang wirausaha diawali oleh pengalaman negatif: kegagalan, keputusan, atau perasaan terbuang yang berlanjut ke keputusan untuk memiliki otonomi dalam hidup mereka dan memutus ketergantungan terhadap orang lain. Hasil dari komitmen baru individu itu adalah peristiwa *entrepreneurial* yang memiliki lima karakteristik yang umum (Shapero, 1984). Seorang wirausaha potensial yang memulai dari kondisi ketidakharmonisan ini ia sebut *displaced entrepreneur* (Shapero, 1975).

Shapero menguraikan dua syarat terbentuknya peristiwa *entrepreneurial*, yaitu adanya *perceived desirability* dan *feasibility*. Kedua faktor ini dalam perkembangannya, menjadi bagian dari kerangka teoretis yang banyak digunakan dalam studi-studi kuantitatif di bidang kewirausahaan, terutama dalam studi-studi yang melakukan pengukuran terhadap intensi kewirausahaan di sebuah populasi. Dalam perkembangannya, kedua konsep ini lebih dikenal dibandingkan pemikiran Shapero yang utuh di mana banyak makna yang kemudian tereduksi. Dalam papernya Shapero (1984) menyajikan kekayaan dan *thick description* dari transisi fenomenologis seorang wirausaha yang terasa kontras dengan aplikasi yang dilakukan setelahnya atas pemikiran Shapero, yaitu studi-studi penuh angka namun minim cerita.

Karya tulis ini merupakan sebuah peninjauan kembali atas pemikiran Shapero dengan mengaplikasikannya ke dalam peristiwa *entrepreneurial* yang dijalani oleh beberapa wirausaha di bidang industri kreatif di Bali. Cerita-cerita kewirausahaan yang merupakan pengalaman para partisipan dalam studi ini dikumpulkan pada pertengahan tahun 2019, yaitu sebelum terjadinya

pandemi Covid 19 yang menghancurkan bisnis pariwisata di Bali dan bisnis yang mendukung sektor tersebut. Tujuan dari studi ini adalah mencari relevansi pemikiran kewirausahaan Shapero, baik *entrepreneurial event* dan *displaced entrepreneur* di ekosistem produk kreatif di Bali.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan untuk mengumpulkan cerita-cerita kewirausahaan melalui wawancara semi-terstruktur dengan tiga orang partisipan di sektor ini: seorang pengusaha *artshop*, seorang pengrajin produk kreatif dan seorang eksportir produk kreatif. Studi ini merupakan *multiple case studies* (Eisenhardt, 1989) yang bertujuan untuk menemukan relevansi pemikiran Shapero dengan wirausaha di ekosistem berbasis produk tradisional, atau non-teknologis (Loots, Neiva, Carvalho, & Lavanga, 2020).

Temuan studi ini memberikan kontribusi dalam pengembangan teorisasi peristiwa *entrepreneurial* Shapero, di mana terdapat dua institusi yang berperan sentral: *prior employment*, atau tempat wirausaha potensial bekerja dan mengembangkan keahliannya, dan *co-founder*, yaitu kerabat atau teman yang direkrut sebagai mitra dalam pendirian perusahaan rintisan. *Prior-employment* tidak hanya sebagai *locus* dari kondisi *displaced* yang mereka alami, namun juga sumber untuk menyerap sumber daya untuk pendirian perusahaan baru. Kemitraan yang dilakukan oleh wirausaha potensial dengan *co-founder* berperan untuk menutup kesenjangan, atau *unfeasibility*, dari intensi kewirausahaan yang mereka miliki untuk membangun usaha rintisan.

Pembahasan dimulai dengan melakukan tinjauan pustaka, yaitu ulasan atas pemikiran Shapero yang dilanjutkan dengan pemaparan metodologi. Selanjutnya akan dipresentasikan pembahasan temuan dari hasil analisis atas data yang dikumpulkan. Setelah itu dilakukan pembahasan untuk mendiskusikan hasil temuan yang dilanjutkan dengan konklusi dari studi ini

KAJIAN PUSTAKA

Teorisasi peristiwa *entrepreneurial*

Albert Shapero, seorang professor di bidang kewirausahaan, pemikirannya banyak diaplikasikan di studi dengan metode kuantitatif. Konsep *perceived desirability* dan *feasibility* yang ia bangun dari penelitian empirisnya atas wirausahawan di Amerika dinilai bermanfaat untuk

memahami transisi, intensi dan motivasi seorang individu menjadi seorang *entrepreneur*. Karyanya sangat mampu untuk dinikmati, dituliskan dengan gaya bercerita sehingga menghasilkan *thick description* dari transisi kewirausahaan yang sebenarnya merupakan proses fenomenologis yang penuh makna yang ia sebut peristiwa *entrepreneurial*. Kualitas ini berseberangan dengan studi-studi selanjutnya yang mengaplikasikan pemikirannya dan cenderung hanya memahami dari satu sisi, yaitu *entrepreneurial event* yang mengukur intensi kewirausahaan, namun mengabaikan konsep *displaced entrepreneur*, yang merupakan penjelasan fenomenologis transisi kebanyakan wirausaha.

Entrepreneurial event Shapero berbeda dengan *mega-event* yang dideskripsikan dalam karya tulis kewirausahaan Spilling (1996), yang mengacu ke perayaan-perayaan monumental yang sedang diadakan di sebuah daerah, yang dapat merangsang inisiatif kewirausahaan, olimpiade sebagai contohnya (Spilling, 1996). *Entrepreneurial event* Shapero, adalah titik, momen, peristiwa awal, atau *kick-off* dari proses kewirausahaan itu sendiri. Untuk dapat dikategorikan *entrepreneurial*, peristiwa *entrepreneurial* harus memiliki lima aspek yaitu: pengambilan resiko dan inisiatif, mobilisasi sumber daya, pengelolaan organisasi dan kepemilikan otonomi (Shapero, 1984, p.24). Berbeda dengan pakar kewirausahaan pada umumnya, Shapero tidak secara eksplisit menyebut inovasi sebagai bagian dari peristiwa *entrepreneurial*, namun berargumen bahwa inovasi merupakan esensi yang *inherent* di proses itu. Ia menyatakan, "*The entrepreneurial event itself is the innovation, and there is no necessity to tie the event to new technology.*"(p.24)

Displaced Entrepreneur

Ada banyak perdebatan mengenai alur proses dan transisi menjadi seorang wirausahawan. Pendapat akademisi terbelah apakah faktor eksternal, yaitu lingkungan yang melingkupi individu, atau faktor internal, yaitu aspek-aspek psikologi seorang individu yang menjadi determinan. Berdasarkan riset yang ia lakukan

dengan mewawancarai ratusan *entrepreneur* di Amerika dan Italia, Shapero (1984) berpendapat bahwa alur “metamorfosis” individu menjadi seorang wirausaha tidak dapat ditentukan, karena begitu banyak faktor yang mempengaruhinya. Namun terdapat dua kecenderungan yaitu: non-linear dan disharmoni. Asumsi yang banyak diadopsi sekolah bisnis di mana kewirausahaan merupakan sebuah proses yang linear yang dialami seorang lulusan setelah menerima ijazah, tidak mendapat dukungan dalam materi penelitian yang dipaparkan Shapero. Kewirausahaan lebih banyak terjadi setelah seseorang berada dalam sebuah ikatan kerja dalam waktu yang cukup lama. Hal ini membuktikan bahwa keinginan untuk menjadi pribadi yang otonom merupakan hasrat seorang *potential entrepreneur* yang menemukan titik kulminasi ketika ia berada di dalam sebuah ikatan kerja. Terdapat tensi di antara hasrat untuk dan perasaan mampu menjadi otonom dengan keengganan mengambil resiko. Kemudian pada satu titik, ketika ia menemukan situasi yang disebut *displaced*, terdapat momentum untuk mengambil keputusan yang menghasilkan peristiwa *entrepreneurial*.

Hal yang memicu wirausaha potensial untuk terlepas dari ikatan kerja adalah situasi tertentu yang cenderung disharmoni, di mana terdapat benturan antara ekspektasi individu dengan situasi yang ada, baik di tempat kerja, lingkungan sosial dan rumah tangga. Situasi itu bisa akibat ekspektasi yang berlebihan, misalnya harapan mendapatkan promosi yang tidak kunjung datang, atau kondisi yang melampaui ekspektasi seseorang, ketika ia memperoleh kemenangan atau kekayaan di luar dugaan. Mendapatkan undian berhadiah merupakan contohnya. Terkait dengan ekspektasi yang *under* atau *over* yang memicu peristiwa *entrepreneurial*, Shapero berani menyatakan bahwa lebih banyak peristiwa yang didahului dengan pengalaman negatif dibandingkan positif. Situasi *displaced* bisa berupa sebuah keterdesakan akan kebutuhan, *necessity* (Dencker, Bacq, Gruber & Haas, 2020), misalnya ketika seseorang membutuhkan pekerjaan atau dalam status sebagai migran (Waldinger, Aldrich, & Ward, 2000), menjadi pengungsi, marjinalisasi terkait gender (Al-Dajani, Carter, Shaw, &

Marlow, 2015; Garcia & Welter, 2013) dan situasi lainnya yang tidak menguntungkan (Huang et al., 2022; Steyaert & Katz, 2004). Namun sedikit berbeda dengan pandangan yang menekankan kewirausahaan sebagai akibat dari diskriminasi identitas, kultural, dan kelas ekonomi, Shapero menegaskan juga bahwa nilai internal yang dimiliki seseorang, yang berbenturan dengan kondisi aktual, yang menciptakan situasi tersebut, atau pengalaman eksistensial. Ketika ada tokoh yang tidak kompeten mengisi suatu jabatan atau mendapatkan sebuah keistimewaan di lingkungan kerja seseorang, sebagai contoh, apabila dalam penunjukan itu terlihat ada ketidaklayakan, diskriminasi atau benturan nilai yang menimbulkan kekecewaan, dapat memicu resistensi seorang pekerja dan wirausaha potensial dan berlanjut ke peristiwa *entrepreneurial*. Ia menjelaskan, “*Each company formation or entrepreneurial event is the result of two decisions: the decision to change from a given life path, and the decision to start a company.*” (Shapero, 1984, p.24).

Pandangan Shapero yang menekankan pada komponen sosio ekonomi non-struktural: kelas ekonomi, gender, status sosial yang menjadi momentum seseorang mengambil sebuah keputusan untuk memulai sebuah transisi, pembaruan dan inovasi yang terkonfirmasi dalam karya Feiler (2020b). Walaupun Feiler bukanlah akademisi di bidang kewirausahaan, kesamaan karyanya dan Shapero bukan hanya karena majalah akademis populer *Psychology Today* yang menampilkan karya mereka (Feiler, 2020a; Shapero, 1975) namun juga kesamaan fokus dalam memahami transisi hidup yang dialami seseorang, “evolusi” atau “revolusi” sebagai kata yang tepat mewakili perubahan tersebut. Keduanya juga memiliki kesamaan pada metode *storytelling*, pengumpulan cerita personal yang dilakukan secara ekstensif, dilanjutkan proses *coding*, yang mereka pilih untuk *making sense* atas pengalaman yang dimaknai seseorang. Seperti meresonansi konsep *displaced* yang ditelurkan Shapero (1975), Feiler (2020b) menyatakannya dalam konsep *pile-ups* yaitu kondisi disharmoni, kegamangan, dan ketidakpastian yang mendisrupsi kehidupan seorang *potential entrepreneur*, yang mungkin disebabkan karena perceraian, kehilangan orang

terdekat, penyakit kronis, dan pengalaman-pengalaman negatif lainnya. Walaupun *pile-ups* (Feiler, 2020a) memiliki skala dramatis yang lebih tinggi dibandingkan *displaced*, keduanya menunjukkan non-linearitas, dan mungkin juga absurditas, yang membawa sebuah keputusan *entrepreneurial*.

Perceived desirability dan feasibility

Pemikiran *displaced entrepreneurs* hanya setengah bagian dari pemikiran Shapero, di mana bagian selanjutnya adalah teorisasi tentang dua faktor determinan peristiwa *entrepreneurial* yaitu, *perceived desirability* dan *feasibility*. Kedua faktor ini merupakan persepsi yang tercipta di benak individu dan terbentuk lewat pengalaman hidupnya, maka itu keduanya subyektif, tidak obyektif dan non-struktural. Faktor pertama, *desirability*, terkait kemauan dan kedua, *feasibility*, terkait kemampuan, yang dimiliki seorang wirausaha potensial. Seseorang merasakan kemauan untuk berwirausaha merupakan bentukan dari lingkungan, kemungkinan terbesarnya diperoleh dari keluarga dan lingkungan kerja (Shapero, 1984). Nilai kewirausahaan sangat mungkin diperoleh seseorang dari lingkungan keluarga, yaitu dari ayah maupun ibu yang juga tidak mengalami situasi ikatan perkerjaan, yang dikenal dengan *family embeddedness* (Aldrich et al., 2021; Bichler et al., 2021). Dalam lingkup yang lebih besar, latar belakang kultural, atau sosial *embeddedness* (Kallmuenzer & Peters, 2017) juga mewariskan nilai kewirausahaan, di mana Shapero membuktikan perbedaan dalam mengadopsi nilai kewirausahaan antara populasi di Italia dan Amerika Serikat yang ia teliti. Lingkungan pekerjaan, atau *prior employment* (Clayton et al., 2019), juga memberikan andil pengadopsian seseorang terhadap nilai kewirausahaan, di mana seseorang mengalami perubahan orientasi kewirausahaan selama menjadi bawahan seorang atasan yang *entrepreneurial*. Lingkungan keluarga dan pekerjaan mengkonfirmasi dampak *role model* (Krueger, 2000), yaitu orang tua dan atasan, serta *embeddedness* lingkungan sosial (Granovetter, 1985; Shapero & Sokol, 1982) yang menghasilkan *perceived desirability*.

Berbeda dengan *perceived desirability* yang merupakan perasaan untuk menginginkan sesuatu, *perceived feasibility* merupakan persepsi bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk melakukan sesuatu, yang juga merupakan syarat sebuah peristiwa *entrepreneurial*. Krueger (2000) menambahkan bahwa *perceived self efficacy*, yaitu persepsi bahwa seseorang memiliki kecukupan atas kecakapan tertentu, merupakan penentu terbentuknya *perceived feasibility*. Persepsi itu tergambarkan dalam kutipan wawancara seorang responden yang menyatakan “*I look at the boss and said if that dumb sonofabitch can start a company, I sure can*” (Shapero, 1975, p.85). Narasumber lainnya berkata “*I did everything the boss did except take home the profits*” (Shapero, 1984, p.28). Makna kedua kutipan tersebut, mungkin dalam nuansa yang berbeda, sering terdengar dari ucapan seseorang yang sudah bekerja dalam periode yang cukup lama di sebuah pekerjaan. Hal itu menunjukkan *feasibility* yang mereka persepsikan, dan merupakan “modal” terbentuknya peristiwa *entrepreneurial*. Shapero (1984) memberikan petunjuk bahwa *feasibility* ini lebih banyak ditemukan di perusahaan yang relatif tidak besar, dan di mana seorang pekerja menjalani rotasi di beberapa bagian, sehingga dalam periode tertentu ia telah menguasai seluruh alur dan model bisnis perusahaan tersebut dan memiliki kefasihan untuk menyelesaikan sebagian besar proses di dalamnya. Pengalaman bertahun-tahun yang ia jalani menciptakan kecakapan di mana tingkat *feasibility* yang ia rasakan tidak lagi se-imajiner seorang *studentpreneur* yang merancang sebuah *business plan* yang belum pernah dijalankan.

Kedua konsep ini banyak diaplikasikan sebagai kerangka teoritis di studi-studi kewirausahaan yang menggunakan pendekatan untuk melakukan pengukuran. Variable dependennya adalah peristiwa *entrepreneurial*, sementara *perceived feasibility* dan *desirability* menjadi variabel independen atau *mediating*, seperti yang dikembangkan dalam model Krueger-Shapero (Krueger, 2000). Terdapat banyak variasi dari variable independen yang menentukan *desirability*, di mana yang paling utama adalah faktor dan nilai sosiokultural.

Implikasi dan Limitasi Teorisi Shapero

Temuan mengenai *displaced entrepreneur* mengkonfirmasi bahwa transisi *entrepreneurial* menampilkan kekayaan fenomenologi, yaitu harmoni dan disharmoni antara peristiwa dan pemaknaan yang sangat personal, bukan struktural. Secara ontologis peristiwa *entrepreneurial* merupakan sebuah dialektika antara nilai yang dihayati secara personal dan kenyataan faktual, yang oleh Shapero dilihat sebagai dialog internal. Secara epistemologis ia memberikan pandangan yang *thick*, *grounded* dan *down to earth* tentang fenomena kewirausahaan, yaitu dalam kerangka keseharian, atau *everydayness* (Aldrich & Ruef, 2020) yang tidak terbatas pada permasalahan *economic necessities* namun juga masalah eksistensial. Saat ini banyak kritik diarahkan ke akademisi yang terobsesi dengan fenomena kewirausahaan digital seperti *unicorn*, *decacorn*, dan *gazelle* karena dianggap terlalu terobsesi pada *outliers* dan keanehan (*peculiarity*) dibandingkan dengan keseharian, sehingga studi kewirausahaan berkembang menjadi tidak kontekstual dan kurang relevan (Aldrich & Ruef, 2018; Welter et al., 2019). Fenomena *displaced entrepreneur* menunjukkan bahwa cerita setiap individu memiliki diversitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa pengalaman transisi setiap wirausaha justru merupakan perpaduan antara fenomena keseharian sekaligus keanehan yang tidak kurang layak diteliti dibandingkan fenomena *fantastic entrepreneurship*. Dalam kutipan berikut, menguraikan implikasi dari pemikiran Shapero untuk mengajak akademisi menaruh perhatian pada varian individu, terutama yang berbeda dari populasi pada umumnya, yang tanpa diduga merupakan wirausaha potensial:

“They are sometimes unschooled, inner-directed and alienated if not outright antisocial, qualities we normally associate with poets and revolutionaries. Entrepreneurs are rejects. They employ themselves because they are in one way or another, unemployable.” (p.88)

Seperti banyak kerangka teoritis yang *parsimonious* lainnya, pemikiran Shapero juga memiliki keterbatasan. Bila menggunakan peta pemikiran kewirausahaan Audretsch (2012) seperti

yang dijabarkan di atas, Teori Shapero jelas diarahkan untuk memahami individu, bukan organisasi, dan fokus pada awal, bukan pertumbuhan atau dampak, dari proses kewirausahaan. Karena itu sulit untuk memahami kontinuitas dan pertumbuhan usaha yang diinisiasi melalui peristiwa *entrepreneurial*, karena hal itu di luar konteks dari pemikiran Shapero.

METODOLOGI

Apabila peristiwa *entrepreneurial* banyak dikembangkan dalam studi kuantitatif, aspek *displaced entrepreneur* bisa dilihat sebagai temuan dari studi kualitatif yang tidak banyak diulas dalam literatur kewirausahaan terkini. Studi yang dipaparkan dalam *paper* ini menggunakan pendekatan kualitatif, mengingat tujuannya untuk menemukan relevansi pemikiran Shapero, baik *entrepreneurial event* maupun *displaced entrepreneur* dan melakukan eksplorasi area yang dapat dikembangkan. *Multiple case study* merupakan metode yang populer dan digunakan dalam banyak studi kualitatif (Gehman, 2018) untuk membangun teori, baik dalam rangka membangun proposisi dan hipotesa maupun untuk mengujinya (Eisenhardt, 2007). Mengadopsi praktik yang sering dilakukan oleh komunitas akademik penggiat *entrepreneurial storytelling* (Gartner, 2007; Chapple, Pollock, & D'Adderio, 2022; Garud & Giuliani, 2013), studi kasus ini menggunakan cerita-cerita kewirausahaan sebagai data kualitatif untuk dianalisa (Gartner, 2010). Pengumpulan data dalam studi ini menggunakan metode wawancara yang bertujuan untuk membangun cerita berdasarkan pengalaman wirausaha (Brattstrom, 2022). *Interview* semi terstruktur dilakukan selama 2 kali, masing-masing selama 60-90 menit dengan tiga partisipan, wirausaha di bidang produk kreatif di Bali. Wawancara diarahkan untuk melakukan eksplorasi dengan melakukan *zooming-in* untuk memahami peristiwa-peristiwa spesifik yang mereka alami dan *zooming-out* untuk memahami konteks dari peristiwa tersebut (Seidman, 2013). Setiap cerita ditranskrip untuk dilanjutkan dengan proses *coding* dengan menggunakan kerangka kerja yang diuraikan oleh Shapero. Untuk memaparkan kasus yang sedang dikaji, *storyline* dari setiap kasus

ditulis dalam sesi hasil, analisis dan pembahasan di bawah ini.

HASIL

Fikri, pengusaha *artshop*.

Partisipan pertama adalah Fikri yang Sebelum menjadi seorang migran di Bali adalah seorang mahasiswa jurusan Bahasa Inggris di sebuah perguruan tinggi di Jawa Timur. Ketika menjadi mahasiswa, Fikri sempat terpukau dengan buku kewirausahaan yang ditulis oleh Robert Kiyosaki, *Rich Dad Poor Dad*. Antusiasme yang ia rasakan saat membaca buku tersebut ia gambarkan seperti “seorang murid Kungfu yang mempelajari kitab rahasia”. Fikri kerap mempersuasi temannya untuk membaca literatur itu, agar ia memiliki rekan diskusi untuk berbagi antusiasme yang sama. Namun setiap ia meminjamkan ke temannya, buku itu tidak pernah dikembalikan sehingga ia harus membelinya berulang kali. Setelah lulus, Fikri kesulitan memperoleh pekerjaan, hingga seorang teman kuliahnya menawarinya pekerjaan sebagai asisten toko di sebuah *artshop* di Bali. Ia mengaku memperoleh bayaran yang sangat kecil di toko itu, namun terpaksa harus dia ambil karena hanya itu pilihan yang ia miliki selain kembali ke kampung halamannya di daerah terpencil di luar Pulau Jawa.

Fikri menyukai pekerjaannya, namun dia tidak menyukai bosnya, pemilik *artshop* tersebut yang seringkali menaruh kecurigaan terutama apabila ia terlalu banyak berinteraksi dengan *supplier*, yaitu pengrajin lokal, dan konsumen, yaitu wisatawan asing. Karena model bisnis *artshop* relatif sederhana, tidak membutuhkan waktu lama untuk Fikri memahami keseluruhan bisnis tersebut. Fikri mengetahui bahwa margin dari penjualan produk *handicraft* minimal dua kali lipat dibandingkan harga beli dari pengrajin atau *supplier*. Hal itu membuat Fikri tertarik untuk memiliki *artshop* sendiri. Ia pun telah familiar dengan para *supplier* dan bahkan ia merasa lebih dekat dengan para *supplier* dibandingkan atasannya. Fikri sering menyaksikan konflik antara pemilik *artshop*, yang sering dengan semena-mena menunda pembayaran untuk *supplier*-nya, yaitu para pengrajin *handicraft* di daerah wisata itu. Ia kerap mengetahui atasannya menunda pembayaran ke para pengrajin walaupun ia tahu bahwa *artshop*

tersebut memiliki kas yang cukup untuk melakukan pembayaran. Hal itu membuat Fikri memiliki simpati terhadap para pengrajin lokal dan ia memiliki komitmen, apabila menjalankan *artshop* sendiri, tidak akan mengeksploitasi mereka.

Fikri hanya bekerja kurang lebih satu tahun di mana kemudian dia mengundurkan diri dan fokus untuk mencari modal untuk *artshop* impiannya. Dia kembali membaca “kitab Kungfu” yang ditulis Kiyosaki dan membuat sebuah refleksi, “setelah apa namanya, baca buku Robert kita jadi udah yakinlah bisalah kan”. Dia bercerita bahwa setiap orang yang ia temui ia tawarkan proposal bisnis untuk mencari modal. Ia juga dengan berani “menggadaikan” ijazah S1 nya dan berkata kepada investor potensial “kamu bisa bakar ijazah sarjana saya seandainya saya tidak bisa mengembalikan modal yang saya pinjam”. Dengan teknik tersebut tetap tidak ada yang mau meminjamkan uang kepadanya. Ia sempat melakukan pekerjaan lain di luar Bali: Jawa Timur, Madura, dan Kalimantan selama beberapa bulan untuk mengumpulkan modal sendiri dan tidak berhasil. Setelah kurang lebih satu tahun, Fikri memperoleh pinjaman dari pamannya yang baru kembali ke tanah air setelah menjadi TKI di Arab Saudi. Pamannya menaruh simpati kepadanya dan memberikan sejumlah uang untuk ia menyewa sebuah toko dan membeli peralatan.

Sesaat setelah mendapatkan modal usaha, Fikri menghubungi rekan kerja di *artshop* sebelumnya untuk bermitra dengannya untuk memulai dan mengembangkan unit bisnis baru itu. Fikri mengaku bahwa ia masih belum sepenuhnya percaya dengan *skill* yang ia miliki. Karena itu ia membutuhkan seorang rekan, yang memiliki pengalaman yang lebih lama, untuk membantunya menjalankan usaha tersebut. Namun kemitraan itu harus dihentikan segera, karena mitra kerja Fikri sering membuat keputusan yang membawa pada kerugian. Kurang dari enam bulan sejak *artshop* itu berdiri, Fikri mulai menjalankannya sendiri, walaupun tidak sepenuhnya percaya diri.

Minarsi, pengrajin produk *handicraft*.

Partisipan kedua adalah Minarsi, seorang perempuan Bali yang awalnya bekerja di sebuah usaha kerajinan. Di tempat itu Minarsi belajar banyak hal, tidak terbatas pada teknis pembuatan kerajinan, namun juga pengelolaan perusahaan *handicraft* pada umumnya. Pengetahuan ini ia peroleh karena ia ditempatkan di posisi yang strategis dan “sentral”, yaitu menerima pesanan dari pembeli lalu mendelegasi dan mendistribusikan setiap detil pekerjaan ke para pengrajin. Selain itu ia juga berperan dalam mengurus pembayaran, termasuk keluhan konsumen atas produk yang sudah diserahterimakan. Minarsi mengaku bahwa atasannya, pemilik usaha *handicraft* tersebut tidak begitu banyak terlibat dalam usahanya karena sebagian besar daftar pekerjaan diselesaikan olehnya. Pada satu titik, dia berpikir untuk membuat usaha kerajinannya sendiri. Konsumen di tempat ia bekerja, yang lebih memiliki kedekatan dengannya dibandingkan dengan bos-nya, juga mendukung rencananya untuk menjalankan usaha sendiri. Beberapa konsumen besar mengkonfirmasi “kalau kamu punya usaha kerajinan sendiri, saya akan pesan barang dari kamu”. Sebelum mengajukan pengunduran diri, di tempat kerja itu, Minarsi “mencuri” daftar kontak pembeli *handicraft* yang dikenal *bonafide* di tempat ia bekerja, yang diharapkan menjadi pembeli untuk bisnis yang ia rintis nanti. Bos-nya menyadari langkah Minarsi dan ia sering mendapat sindiran hingga akhirnya ia mengundurkan diri.

Saat memulai usaha sendiri, Minarsi sudah memiliki beberapa konsumen sejak awal, yaitu yang “dibajak” dari perusahaan tempat ia bekerja. Minarsi juga mengajak seorang rekan kerja untuk menjadi mitra, bersama-sama memulai dan memodali bisnis itu. Sekitar 1 tahun setelah bisnis itu berjalan, Minarsi secara sepihak mengembalikan modal yang disetorkan rekan kerjanya dan menolak untuk melanjutkan kemitraan itu. Hal ini terjadi karena Minarsi merasa ia bekerja seorang diri dalam membangun bisnis itu sementara rekannya sering bermalasan dan bahkan mengurus usahanya yang lain. Minarsi mengembalikan modal yang disetorkan

oleh mitranya, memutus hubungan kemitraan dan menjalankan usaha itu sendiri.

Tini, pedagang dan eksportir produk *handicraft*.

Partisipan ketiga adalah Tini, seorang perempuan Bali yang sempat bekerja di perusahaan *handicraft* di Bali. Perusahaan tersebut memiliki dua lini bisnis yaitu yang memproduksi *handicraft* dan yang melakukan pengiriman barang, atau *forwarding*. Pada awalnya Tini direkrut untuk bekerja di bagian produksi, namun dia memohon ke atasannya, pemilik usaha tersebut untuk ditempatkan di bagian lini bisnis *forwarding*. Di bagian ini Tini bekerja lebih dari lima tahun dan sempat dirotasi di beberapa subbagian di dalamnya hingga akhirnya ia bisa memahami seluruh aktivitas bisnis *forwarding* perusahaan tersebut. Setelah lebih dari lima tahun bekerja, seorang kenalan yang juga investor melihat pengalaman dan keahlian yang dimilikinya dan menawarinya pekerjaan untuk mendirikan usaha *forwarding* yang baru.

Di entitas bisnis baru itu Tini ditawari posisi setara direktur, yaitu orang nomor satu yang bertanggung jawab langsung ke pemilik modal. Tini awalnya melakukan negosiasi untuk mendapatkan bagian saham dari usaha tersebut, namun ditolak oleh investor tersebut karena ia tidak memiliki bagian sebagai pemodal awal. Tini tetap mengambil kesempatan tersebut, ia mengundurkan diri dari perusahaan *forwarder* yang membesarkannya dan pindah ke usaha baru yang ia didirikan dengan posisi sebagai manajer, namun bukan sebagai pemilik.

Namun Tini tidak lama di perusahaan tersebut karena merasa kecewa setelah pemegang saham memasukkan seorang asing yang tidak memiliki kecakapan di bidangnya di posisi direktur pemasaran. Orang asing ini menurut Tini lebih pintar berbicara dibandingkan bekerja, dan kerap mengklaim hasil pekerjaan Tini sebagai prestasi dan pencapaiannya. Tini sering merasa tidak nyaman dan akhirnya mengajukan pengunduran diri. Selain karena kekecewaan terhadap pendatang baru, juga karena adanya inisiatif dan ajakan dari teman-temannya yang memiliki modal untuk mendirikan usaha yang baru.

Tini meninggalkan usaha tersebut dan mendirikan sebuah usaha *forwarder* yang baru bersama tiga orang temannya. Setelah beberapa tahun perusahaan tersebut berjalan Tini mengembalikan seluruh modal yang disetorkan ketiga temannya dengan alasan bahwa mereka tidak memiliki nilai tambah dalam perkembangan usaha bersama itu. Tini merasa hanya dia yang intens dan fokus menjalankan bisnis tersebut.

ANALISIS

Ketiga partisipan ini menceritakan pengalaman mereka dalam memulai bisnis. Ketiganya memiliki kesamaan yaitu memulai bisnis yang persis sama dengan bisnis perusahaan tempat mereka bekerja sebelumnya, seperti pepatah tua yang mengatakan: *monkey see monkey do*. Fikri membuka sebuah *artshop*, Minarsi perusahaan kerajinan dan Tini menginisiasi sebuah usaha *forwarding*, tepat seperti bisnis tempat mereka bekerja sebelumnya, yang disebut *prior employment*. Tini bercerita:

“kalau saya yang dari tempat kerja itu bosnya open management dia. Apapun diserahkan semua ke pegawainya. Jadinya dia, pokoknya masing-masing pegawai itu punya tanggung jawab, jadinya pemilik usaha itu udah gak mau tahu, dia tahunya hasil akhir dari masing-masing pegawai. Itu dia manajemennya open dia. Masing-masing kan ada departemen, ada apa yang bertanggung jawab itu, dia serahkan itu semua, dia mengawasi staf-stafnya. Dia tinggal menunggu laporan dari bagian ininya. Percaya dia, makanya sampe dari angkatan saya ya rata-rata yang keluar dari kantor itu rata-rata punya usaha, mereka keluar itu gak jadi pegawai, ada yang punya usaha, ada yang usaha kargo juga temen saya, ada yang punya kontraktor”

Bahkan, Tini menceritakan awal mula bosnya mendirikan usaha tersebut juga karena sebelumnya bekerja di usaha sejenis. Hal ini mengkonfirmasi sosial *embeddedness* dari *prior employment* (Walsh, 2019) terhadap sebuah bisnis rintisan. Namun, tidak ditemukan hubungan *family embeddedness* (Bichler et al., 2021) yaitu dampak keluarga dan orang tua sebagai *role model* dalam

cerita ketiga partisipan ini. Ketiga partisipan mengkonfirmasi bahwa mereka bukan berasal dan dibesarkan dalam keluarga atau orang tua yang memiliki bisnis. Dalam hal ini terdapat temuan bahwa dampak *prior employment* sangat kuat, dibandingkan dengan keluarga yang tidak mendapat dukungan bukti dalam cerita yang dikumpulkan. Dalam cerita yang lain Tini mengingat karakter *entrepreneurial* atasannya yang peka terhadap peluang, visioner dan berani mengambil resiko. Tini bercerita:

“Waktu di PT.Alfa (pseudonym) itu bos bilang gini ‘nanti ya berapa tahun kemudian kamu pasti tergantung sama hp gini’. Waktu itu HP masih berat gitu, berat gitu, kayanya mahal sekali, hihi. Nanti di tahun depan pasti semua dah kena hp gini. Nah waktu masih kerja masih dollar waktu itu 1.500 gitu dia nyaranin gini ‘Kamu cepet2 beli dollar’, ‘beli dollar mana uangnya gitu?’ haha. Iyaa cepet beli dollar 1.500; 2.000 gitu lho koq terus naik, naik, 5.000 gitu ahh kita juga gak bisa ikut bos, habis itu loncat langsung kursnya, langsung beli ini dia lokasi (sebidang tanah) yang di ... (menunjuk sebuah lokasi komersial di Bali)”

Beberapa cerita terkait *desirability* mengulas periode ketika krisis moneter, di mana nilai tukar US dollar melambung tinggi dan merupakan periode keemasan dari bisnis *handicraft* yang berbasis ekspor. Minarsi menunjukkan *desirability* yang bercampur dengan emosi negatif terkait pengalamannya di periode itu. Sebagai penanggung jawab produksi di perusahaan *handicraft* ia kerap kesal dengan bos-nya di mana ia kesulitan melakukan pembayaran bahan baku, sementara *cashflow* perusahaan yang saat itu sedang berjaya, banyak terserap untuk membiayai pembangunan rumah pribadi bosnya yang saat itu sedang meraup untung besar karena lonjakan nilai tukar US dollar.

“Boss-nya kan waktu jaman dulu itu, waktu jaman-jaman krismon ini, membangun aja, membangun aja, kita kewalahan membeli bahan, giliran beli bahan (untuk produksi), uangnya sudah dipake membangun rumah, tingkat, jaman dulu, cat, besi mahal-mahal itu”

Dari ketiga cerita itu terungkap *perceived desirability* sebelum dimulainya peristiwa *entrepreneurial*, yang dipengaruhi oleh *prior employment*. Seperti Fikri yang tertarik mendirikan usaha *artshop* nya setelah ia mengetahui bahwa setiap item di toko tersebut di jual dengan harga minimal dua kali lipat dibandingkan harga beli dari supplier.

Tini bercerita pengalamannya mengelola akun klien dan menghitung keuntungan yang diterima pemilik perusahaan saat masa kejayaan itu:

“Barang garmen yang ekspor itu, sampe 10 ribu US, 15 ribu, selisih kurs dapet. Dapet! Saya sempet oret-oret; satu kali pengiriman, ta itung dah kalau (saya) nge-handle tamu ke amerika. Kita dikasi charge-nya; Tiap custom clearance, sekian; handling, sekian; tax, sekian; document, sekian. Saya hitung dah, saya udah tau kalkulasinya. Clearance di airport, sekian. Dapet dah selisihnya. Wuihhh..satu kali pengiriman segini untungnya!”

Di bagian selanjutnya Tini membandingkan keuntungan pemilik perusahaan dengan yang diperoleh pegawai:

“Kalau krismon itu malah ini, karena tamu (konsumen) itu kan belanja pake rupiah, harga dollar kan tinggi, rame-rame mereka belanja, waktu krismon gak pengaruh, makin up, untung kan yaa (pemilik modal), pegawainya (tetap) gak sejahtera”

Cerita Tini, partisipan dalam studi ini, seperti meresonansi, kutipan pernyataan partisipan dalam studi yang dilakukan Shapero (1984) :*“I did everything the boss did except take home the profits”* (p.28)

Di antara ketiga kasus di atas terdapat kesamaan lainnya yaitu, ketika memulai bisnis, ketiga partisipan mengajak rekan sebagai partner atau *co-founder*. Fikri dan Minarsi mengajak rekan kerja di perusahaan sebelumnya, sementara Tini bermitra dengan teman yang tidak memiliki keterkaitan dengan perusahaan sebelumnya. Fikri dan Minarsi memiliki satu orang partner, sementara Tini bermitra dengan tiga orang lainnya. Terdapat perbedaan tujuan Fikri dan Minarsi dalam mengajak rekannya untuk bermitra. Karena kendala kekurangan modal maka Minarsi harus

bermitra, sementara Fikri telah menerima bantuan modal dari pamannya yang dirasa cukup sebagai awal untuk menyewa bangunan dan peralatan. Ia mengajak seorang rekan sebagai *co-founder* lebih karena pertimbangan belum merasa memiliki keahlian untuk menjalankan sebuah *artshop*. Fikri membutuhkan seseorang yang lebih berpengalaman untuk memberikan saran dalam mengambil keputusan sehari-hari.

Cerita Fikri sedikit berbeda dengan Tini membangun kemitraan karena adanya risiko yang terbagi. Tini membangun perusahaan berdasarkan modal dari empat orang yang masing-masing menyetorkan modal dengan jumlah yang sama. Karena itu risiko kerugian yang ditanggung masing-masing pemilik modal, termasuk Tini, apabila usaha tersebut gagal, adalah seperempat dari modal yang disetorkan untuk perusahaan rintisan itu. Tini menegaskan dalam ceritanya bahwa risiko yang terbagi ini adalah hal yang membuat ia tertarik untuk membangun bisnis ini. Dengan kata lain, terlepas dari keahlian dan kepercayaan diri yang ia miliki karena telah memiliki pengalaman di *forwarding* selama bertahun-tahun, Tini merasa tidak akan memulai bisnis apabila harus menanggung risiko seluruh modal dari usaha yang ia dirikan. Terdapat dua poin dari peristiwa ini. Pertama, perasaan kecukupan akan kecakapan tidak sepenuhnya menghapus keraguan wirausaha potensial untuk memulai usaha. Dengan kata lain, *perceived self-efficacy* tidak menutup *perceived risk of failure* dari usaha rintisan. Kedua, *perceived risk of failure* dipersepsikan semakin berkurang ketika adanya opsi untuk membagi resiko yang dilakukan dengan cara bermitra dengan pihak lain, sehingga peristiwa *entrepreneurial* dapat terealisasi. Ketiga, kasus Tini mengkonfirmasi bahwa kemitraan tidak hanya sebagai bentuk kerjasama permodalan, namun juga bentuk *risk-sharing*.

Selanjutnya ketiga partisipan memiliki kesamaan dalam menghentikan kemitraan dengan para *co-founder*, walaupun masing-masing dalam jangka waktu yang berbeda. Umur kemitraan yang paling muda adalah Fikri, yang hanya berumur kurang dari 1 tahun. Fikri memutuskan kemitraan dengan rekannya setelah mengalami beberapa kerugian akibat saran dari rekannya yang,

walaupun jauh lebih berpengalaman dalam bisnis *artshop*, ternyata tidak mampu mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. “Banyak keputusan-keputusan bisnis dia yang *blunder*”, Fikri mengungkapkan alasan pemutusan hubungan itu. Selain itu Fikri adalah pihak tunggal yang menyetor seluruh modal bisnis tersebut, sehingga ia dapat lebih leluasa menghentikan kemitraan dibandingkan dua partisipan lainnya, Minarsi dan Tini, yang harus memikirkan pengembalian modal sebelum kemitraan dihentikan.

Minarsi menghentikan kemitraan dengan rekannya di bisnis baru tersebut karena setelah merasakan bahwa ia adalah pihak yang paling banyak terlibat dalam bisnis tersebut, sementara rekannya cenderung tidak peduli dengan jalannya bisnis tersebut. Setelah memiliki dana yang cukup, Minarsi mengembalikan modal yang disetorkan rekannya dan ia pun menjalankan usaha tersebut seorang diri. Minarsi bercerita

“saya aja yang anu, berat ngurusin usaha perusahaan ini, dia santai. Makanya Saya protes ‘Aduh saya sendiri aja ni’. gitu jadinya... Pas keluar itu, ‘ya kalo emang kamu mau mundur tak balikin’, (akhirnya saya) balikin uangnya”

Tini adalah partisipan yang membutuhkan waktu paling lama untuk menjadi pemilik tunggal dari usaha yang dibentuk. Memiliki kesamaan dengan Minarsi, Tini merasa mitra bisnisnya tidak memberikan nilai tambah sebagai investor dalam bisnis tersebut, di mana ia adalah pihak yang pada akhirnya menjalankan bisnis tersebut sehari-hari.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis di atas dapat ditemukan dua institusi yang memiliki peran yang kuat dalam terbentuknya peristiwa *entrepreneurial*: yaitu *prior employment* dan *co-founder*, yang memiliki hubungan dengan *perceived feasibility*, *desirability* dan kondisi *displaced*. Pertama *prior employment* merupakan *locus* tempat terjadinya kondisi *displaced*: Fikri yang merasa pemilik usaha tidak memperlakukan orang yang lemah dengan baik, yaitu para pengrajin sebagai *supplier*, dan Minarsi dan Tini yang tidak merasa adanya tambahan kesejahteraan ketika atasan mereka memperoleh

keuntungan besar. Dalam kasus Minarsi dan Tini, terdapat hubungan kondisi *displaced*, *perceived desirability* dan *feasibility* di mana mereka merasa keuntungan yang diperoleh pemilik usaha, merupakan hasil dari kecakapan mereka. Terdapat ironi dalam hubungan persepsi ini di mana, kecakapan mereka yang menciptakan lonjakan surplus untuk para bos, sementara mereka tidak menikmati peningkatan surplus itu, merupakan konfirmasi atas kondisi *displaced* yang mengawali *entrepreneurial event*.

Dari ketiga kasus ini, Tini adalah partisipan yang paling *concern* terhadap resiko kegagalan bisnis yang membuatnya terus mempertahankan status sebagai pekerja dan menunda pendirian bisnisnya sendiri. Namun dalam kasus Tini, perasaan terpinggirkan terjadi ketika pemilik usaha tempat ia bekerja memasukkan orang asing yang ia anggap tidak memiliki kecakapan untuk menjadi bagian dari dewan direksi. Peristiwa ini, merupakan bentuk situasi *displaced* yang lain yang dialami Tini, menjadi momentum untuk terbentuknya peristiwa *entrepreneurial*.

Terkait dengan institusi kedua, *co-founder*, yang merupakan mitra dalam peristiwa *entrepreneurial*, terdapat hubungan antara *perceived feasibility* dengan praktik membangun kemitraan. Dalam ketiga kasus, terlihat bahwa *perceived feasibility* bukanlah persepsi yang solid dan utuh. Dalam beberapa aspek terdapat keraguan, *perceived unfeasibility*, terhadap proses usaha baru yang akan dirintis. Kasus Fikri menunjukkan bahwa *feasibility* bisa jadi merupakan hasil dari sebuah literatur kewirausahaan yang persuasif, misalnya “kitab Kungfu” Fikri, buku populer karya Robert Kiyosaki, *Rich Dad Poor Dad*. Namun dari ketiga kasus tetap ditemukan keraguan dan *unfeasibility* yang mungkin dalam bentuk perasaan atau persepsi kurang memiliki *skill* dan pengalaman, seperti dalam kasus Fikri. Dalam kasus Minarsi dan Tini *unfeasibility* adalah dari sisi permodalan. Khusus untuk Tini, terdapat keraguan terhadap risiko kegagalan yang harus diminimalisir. Seluruh sumber *unfeasibility* di atas: perasaan kurang memiliki *skill*, kurang memiliki kemampuan permodalan dan persepsi terhadap *risk of failure*

diminimalisir dengan membangun kemitraan. Dengan kata lain, hubungan kemitraan dengan pihak lain, *co-founder*, merupakan penawar atas situasi yang *unfeasible* menjadi *feasible*.

Selanjutnya, ketika perusahaan rintisan telah berjalan, semakin tinggi *self-efficacy* yang dirasakan para *start-ups*, dan *perceived unfeasibility* pun semakin memudar, bahkan semakin tidak relevan. Ketika para *co-founder* lain dinilai tidak memberikan nilai lebih, dibandingkan dengan apabila perusahaan mereka jalankan sendiri, maka akan timbul dorongan untuk menjalankan usaha rintisan itu seorang diri dan memutus hubungan kemitraan yang dianggap tidak bernilai. Peristiwa *entrepreneurial* yang berlanjut ke pertumbuhan bisnis akan memiliki proses seleksi atas para pendiri, di mana mereka yang memiliki peran vital memiliki kekuatan untuk menyingkirkan *co-founder* yang tidak menghasilkan nilai. Hal ini terjadi ketika peristiwa *entrepreneurial* telah terlampaui dan pertanyaan tentang *feasibility* dan *desirability* dalam pendirian bisnis rintisan tidak lagi menjadi pertimbangan.

KESIMPULAN

Perkembangan literatur di bidang kewirausahaan menghasilkan konsepsi yang beragam tentang fenomena *entrepreneurship* yang pada tingkat tertentu lebih menghasilkan kekacauan dibandingkan pemahaman. Konsep peristiwa *entrepreneurial* memiliki lima karakteristik, diperkenalkan Albert Shapero, dan memiliki nilai untuk memberikan pemahaman tentang esensi dari kewirausahaan. Peristiwa *entrepreneurial* juga merupakan ujung dari rentetan peristiwa yang diawali dengan kondisi *displaced*, serta kemunculan *perceived desirability* dan *perceived feasibility*.

Studi ini merupakan tinjauan, aplikasi dan pengembangan atas pemikiran klasik dari Albert Shapero yang memberikan kontribusi dalam teorisasi kewirausahaan. Studi ini juga menghasilkan kontribusi dalam pengembangan pemahaman yang mengkonfirmasi peran *prior employment* dan *co-founder* dalam terbentuknya peristiwa *entrepreneurial*. Berdasarkan investigasi cerita kewirausahaan tiga partisipan wirausaha di bidang produk kreatif di Bali ini, dihasilkan

temuan bahwa *prior employment* merupakan konteks terbentuknya *perceived desirability*, *feasibility* dan kondisi *displaced*. Selanjutnya ditemukan wawasan bahwa *perceived feasibility* bukanlah persepsi yang solid, di mana seorang wirausaha tetap memiliki *sense of unfeasibility* dalam merealisasikan intensi kewirausahaan mereka. Namun *unfeasibility* ini memiliki “penawar” yaitu, kemitraan yang dibangun bersama *co-founder*, yang mampu mereduksi keraguan atas ketidakcukupan *skill*, modal dan kekuatiran terhadap resiko. Temuan ini menghasilkan implikasi dalam pengembangan kewirausahaan untuk memikirkan posisi *prior employment* dalam program pengembangan kewirausahaan. Selain itu praktisi pengembang kewirausahaan juga mendapatkan masukan dari studi ini tentang pentingnya membangun kemitraan bagi usaha kecil dan rintisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. doi:doi:10.1016/j.respol.2013.08.016
- Al-Dajani, H., Carter, S., Shaw, E., & Marlow, S. (2015). Entrepreneurship among the Displaced and Dispossessed: Exploring the Limits of Emancipatory Entrepreneurship. *British Journal of Management*, 26(4), 713-730. doi:https://doi.org/10.1111/1467-8551.12119
- Aldrich, H., & Ruef, M. (2020). Scholars Should Study Everyday Entrepreneurs, Not Gazelles. *Entrepreneur and Innovation Exchange*. doi:10.32617/443-5e13408ab0321
- Aldrich, H. E., Brumana, M., Campopiano, G., & Minola, T. (2021). Embedded but not asleep: Entrepreneurship and family business research in the 21st century. *Journal of family business strategy*, 12(1). doi:10.1016/j.jfbs.2020.100390
- Aldrich, H. E., & Ruef, M. (2018). Unicorns, gazelles, and other distractions on the way to understanding real entrepreneurship in the United States. *Academy of Management*

- Perspectives, 32(4), 458-472.
doi:10.5465/amp.2017.0123
- Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship research. *Management decision*, 50(5), 755-764.
doi:10.1108/00251741211227384
- Bichler, B. F., Kallmuenzer, A., Peters, M., Petry, T., & Clauss, T. (2021). Regional entrepreneurial ecosystems: how family firm embeddedness triggers ecosystem development. *Review of managerial science*.
doi:10.1007/s11846-020-00434-9
- Brattstrom, A., & Wennberg, K. (2022). The entrepreneurial story and its implications for research. *Entrepreneurship theory and practice*, 46(6), 1443-1468.
- Brockhaus, R. H. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of small business management*, 25(3), 1.
- Chapple, D., Pollock, N., & D'Adderio, L. (2022). From Pitching to Briefing: Extending entrepreneurial storytelling to new audiences. *Organization Studies*.
doi:10.1177/01708406211024564
- Clayton, P., Donegan, M., Feldman, M., Forbes, A., Lowe, N., & Polly, A. (2019). Local Prior Employment and Ecosystem Dynamics. *Industrial & labor relations review*, 72(5), 1182-1199.
doi:10.1177/0019793919836756
- De Montoya, M. L. (2000). entrepreneurship and culture; the case of freddy, the strawberry man. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: the social science view*. New York;Oxford;: Oxford University Press.
- Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M., & Haas, M. (2020). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: a contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *The Academy of Management Review*, 46(1), 60-79. doi:10.5465/amr.2017.0471
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of management journal*, 50(1), 25-32.
- Feiler, B. (2020a). How to master change. *Psychology Today*.
- Feiler, B. (2020b). *Life Is in the Transitions: Mastering Change at Any Age*: Penguin press.
- Garcia, M. C. D., & Welter, F. (2013). Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. *International Small Business Journal*, 31(4), 384-404.
doi:10.1177/0266242611422829
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W. B. (1988). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
doi:10.1177/104225878801200401
- Gartner, W. B. (2007). Entrepreneurial narrative and a science of the imagination. *Journal of Business Venturing*, 22(5), 613-627.
doi:10.1016/j.jbusvent.2006.10.003
- Gartner, W. B. (2010). A new path to the waterfall: A narrative on a use of entrepreneurial narrative. *International Small Business Journal*, 28(1), 6-19.
doi:10.1177/0266242609351448
- Garud, R., & Giuliani, A. P. (2013). A narrative perspective on entrepreneurial opportunities. *Academy of management review*, 38(1), 157-160.
doi:10.5465/amr.2012.0055
- Gehman, J., Glaser, V. L., Eisenhardt, K. M., Gioia, D., Langley, A., & Corley, K. G. (2018). Finding theory–method fit: A comparison of three qualitative approaches to theory building. *Journal of Management Inquiry*, 27(3), 284-300.
- Granovetter, M., & Action, E. (1985). The problem of embeddedness. *American journal of sociology*, 91(3), 481-510.
- Huang, S., Pickernell, D., Battisti, M., Dann, Z., & Ekinsmyth, C. (2022). Disadvantaged Entrepreneurship and the Entrepreneurial Ecosystem: A Critical Literature Review and Introduction. In D. G. Pickernell, M.

- Battisti, Z. Dann, & C. Ekinsmyth (Eds.), *Disadvantaged Entrepreneurship and the Entrepreneurial Ecosystem* (Vol. 14, pp. 1-8): Emerald Publishing Limited.
- Imas, J. M., Wilson, N., & Weston, A. (2012). Barefoot entrepreneurs. *Organization*, 19(5), 563-585.
doi:10.1177/1350508412459996
- Isenberg, D. J. (2012). Focus Entrepreneurship Policy on Scale-Up, Not Start-Up. *Harvard Business Review*, 21.
doi:10.1177/0003603X16676162
- Kallmuenzer, A., & Peters, M. (2017). Exploring entrepreneurial orientation in family firms: the relevance of social embeddedness in competition. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30.
doi:10.1504/IJESB.2017.081436
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N. (2020). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs: 25 years on. *Journal of the International Council for Small Business*, 1(1), 52-55.
doi:10.1080/26437015.2020.1714363
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
doi:https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Loots, E., Neiva, M., Carvalho, L., & Lavanga, M. (2020). The entrepreneurial ecosystem of cultural and creative industries in Porto: A sub-ecosystem approach. *Growth and change*.
doi:10.1111/grow.12434
- Melin, E., Gaddefors, J., & Ferguson, R. (2022). The moral of the story: 'populism' and 'activism' in entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-23.
doi:10.1080/08985626.2022.2083690
- Pret, T., & Cogan, A. (2019). Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 592-614.
doi:10.1108/IJEBr-03-2018-0178
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 46.). Cambridge: Harvard University Press.
- Seidman, I. (2013). *Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and the social sciences* (4th ed.). New York: Teachers College Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
doi:10.5465/AMR.2000.2791611
- Shapiro, A. (1975, 01/01). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur. *Psychology Today*, 9.
- Shapiro, A. (1984). The Entrepreneurial Event. In C. Kent, A. (Ed.), *The Environment for Entrepreneurship* (pp. 21-40). Lexington, MA: Lexington Books.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. In C. Kent, A., D. Sexton, L., & K. Vesper, H. (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Eaglewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Shepherd, D. A. (2015). Party On! A call for entrepreneurship research that is more interactive, activity based, cognitively hot, compassionate, and prosocial. *Journal of Business Venturing*, 30(4), 489-507.
doi:10.1016/j.jbusvent.2015.02.001
- Spilling, O. R. (1996). The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event. *Journal of Business research*, 36(1), 91-103.
- Steyaert, C., & Katz, J. (2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), 179-196.
doi:10.1080/0898562042000197135
- Thompson, T. A., Purdy, J. M., & Ventresca, M. J. (2018). How entrepreneurial ecosystems take form: Evidence from social impact initiatives in Seattle. *Strategic*

- Entrepreneurship Journal, 12(1), 96-116.
doi:10.1002/sej.1285
- Tregear, A. (2005). Lifestyle, growth, or community involvement? The balance of goals of UK artisan food producers. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17(1), 1-15.
doi:10.1080/08985620420002497777
- Waldinger, R., Aldrich, H., & Ward, R. (2000). ethnic entrepreneurs. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: the social science view*. New York;Oxford;: Oxford University Press.
- Walsh, K. (2019). Prior employment as a causal mechanism within entrepreneurial ecosystems. *Regional Studies, Regional Science*, 6(1), 637-645.
doi:10.1080/21681376.2019.1691047
- Welter, F., Baker, T., & Wirsching, K. (2019). Three waves and counting: the rising tide of contextualization in entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 52(2), 319-330. doi:10.1007/s11187-018-0094-5
- Zanella, G., & Renard, S. (2022). Entrepreneurship Engagement in the Arts: The Role of Incubators and Social Media Influencers. *Journal of Enterprising Culture*, 30(03), 321-341.
doi:10.1142/s0218495822500108