

DEFINISI DAN TEORI *ENTREPRENEURSHIP*

Fanywati Wyadi, B.A., M.M.

Email: fwyadi@gmail.com

ABSTRACT

This paper elaborates the definition, theory and concept of entrepreneurship from several experts from the 17th century throughout the early 20th century. Number of theories from the experts are compared to apprehend how the definition developed proceeding the change in the era economically. This paper will later divide the entrepreneurship word into several concepts concluded from the expert theories, where comparison instilled applicable principle to the modern era.

The purpose of this paper is to provide better understanding of Entrepreneur definition discussed through theory from several experts, such as Schumpeter with his importance of the role of innovation in entrepreneurship, Richard Cantillon, the first expert who bring forth the word entrepreneur, with his “undertaker” concept, Jean-Baptiste Say created ‘new idea theory’, and Peter Drucker, from the modern era, who also remarked entrepreneur as someone who is generating new ideas and production.

Keywords: Entrepreneur definition, theory of entrepreneurship

Pendahuluan

Menurut pelacakan *dictionary.com*, kata entrepreneur berakar dari bahasa Latin yang berasal dari kata *inter, prendere* yang berarti mengambil dan *eur* adalah seseorang. Yang bila digabung akan diartikan sebagai pengambil atau perantara. Sedangkan ditahun 1875, bahasa Perancis menjabarkan kata Entreneur sebagai seseorang yang berusaha atau mengerjakan (sebuah usaha).

Pengembangan teori dan arti *entrepreneur* di abad pertengahan dahulu diartikan sebagai aktor dan penanggung jawab proyek produksi berskala besar. Sedangkan di abad ke-17, kata tersebut diartikan sebagai orang yang berkesempatan melakukan risiko laba (rugi) dalam kontrak harga tetap dengan pemerintah. (Hisrich & Peters, 1992).

Tujuan dari tulisan ini adalah mengulas beberapa definisi dan teori *entrepreneurship* dari beberapa para ahli yang cukup dikenal dimasanya, dimana penjelasan definisi dan teori dapat menggambarkan arti dan perkembangan *entrepreneur* di awal abad ke-17 sampai dengan abad ke-20. Melalui teori-teori tersebut, konsep *entrepreneurship* dikelompokkan ke beberapa arti yang dapat memudahkan pengertian definisi *entrepreneur*.

Definisi dan Teori para ahli

Di tahun 1755, Richard Cantillon, orang pertama yang menggunakan kata *entrepreneur*, mengartikan entrepreneur sebagai “*undertaker*”, seseorang yang tidak mundur dari keterlibatan didalam usaha bisnis yang beresiko. Dia membeli dan memproduksi barang dengan harga tertentu untuk dijual dengan harga yang belum diketahui. Karakter dalam menghadapi resiko tersebut membuat dia seorang *Entrepreneur*. Sedangkan Francis Walker, 1867, membedakannya menjadi mereka yang memasok dana dan menerima bunga dan keuntungan dari kemampuan manajerial. François Quesnay (in 1888) juga menambahkan pentingnya modal yang memungkinkan dimulainya sebuah wirausaha. (Sledzik, 2013)

Di tahun 1797, pengertian *entrepreneur* dikembangkan lebih lanjut oleh Beaudcau, yang dikenal sebagai orang yang mengenalkan karakter ‘entrepreneur’ kedalam teori ekonomi, menyebutkan *entrepreneur* sebagai orang yang menanggung resiko perencanaan, pengawasan, pengorganisasian, dan kepemilikan. Selanjutnya di tahun 1845, Jean-Baptiste Say mengembangkan konsep yang paling lengkap yang ada pada saat itu. Dimana definisi *entrepreneur* memiliki makna keuntungan yang memisahkan pengusaha dari pemodal. Menggunakan ide filsafat, dimana ide itu adalah ide baru yang belum diterapkan didalam ekonomi untuk menghasilkan produk baru. Untuk melakukan hal ini *entrepreneur* mempekerjakan para pekerja, dengan modal dan sumber daya alam untuk mewujudkan pengetahuan yang baru dalam bentuk produk yang bisa diperdagangkan. Kombinasi dari para pembuat produksi atau inovasi baru adalah “pemimpin baru”. Inovasi ini bisa digunakan oleh pelaku produksi. Apa yang penting bagi para pelaku ini, adalah mereka juga

mengambil pinjaman bank untuk pembelian materi yang akan memenuhi kombinasi baru ini. Hal ini disebut oleh Schumpeter, *entrepreneur*. (Sledzik, 2013)

Didalam konsep teori Schumpeter. *entrepreneur* hanyalah seorang pengorganisir dana manajer dari sebuah produksi atau perdagangan. Kebanyakan mereka adalah pemberi kerja dan pemilik modal. Definisi Schumpeter memiliki karakter fungsional dan hanya memperhatikan fungsi dan aktifitas yang berhubungan dengan inovasi. Disaat yang sama, *entrepreneur* mungkin bukanlah pemilik modal. Teori Schumpeters terbagi menjadi 2 (dua) era yang berbeda, teori awal dan teori akhir. Dimana teori awal Schumpeter sangat berpegang teguh akan pentingnya *entrepreneur* yang berani. Dimana teori di era berikutnya mempertimbangkan masa depan pengakhiran dan pergantian model birokrasi dari sebuah organisasi ekonomi. Schumpeter merubah pandangannya di kemudian hari dikarenakan adanya perkembangan sejarah dari kapitalisme yang terjadi disekitarnya. Dimana teorinya berubah dari dunia pemilik perusahaan diawal abad 20 di Eropa ke dunia perusahaan besar Amerika di tahun 1930 dan 1940, opininya berubah sesuai perubahan di masa tersebut. Schumpeter mengatakan bahwa ada 3 motif untuk berusaha yaitu:

- Keinginan untuk membangun “kerajaan sendiri”. Orang di zaman modern, melalui kesuksesannya didalam usahanya dapat memperoleh kekuasaan dan kemandirian yang mirip dengan raja-raja di Eropa abad pertengahan
- Keinginan untuk menang. Seorang *entrepreneur* menyadari keinginannya untuk bertarung, berkompetisi untuk menunjukkan keunggulannya atas orang lain
- Kenikmatan dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau hanya untuk melatih kekuatan dan kepandaian.

Di tahun 1934, Schumpeter mengembangkan teori kewirausahaan dimana *entrepreneur* adalah seorang inovator dan mengembangkan teknologi yang belum pernah dicoba. Schumpeter menjabarkan *entrepreneur* sebagai seorang innovator yang mengambil keuntungan, termasuk diantaranya:

1. Pengenalan atau pengembangan produk baru.
2. Pengenalan metode produksi baru
3. Pembukaan pasar baru
4. Eksploitasi sumber penyediaan baru
5. Perubahan organisasi dari proses manajemen bisnis.

(Sledzik, 2013)

Definisi Schumpeter dalam hal ini menyamai pengertian *entrepreneurship* dengan inovasi didalam pemahaman secara bisnis, yaitu mengidentifikasi peluang pasar dan menggunakan pendekatan inovatif yang mengambil keuntungan akan situasi tersebut. Menurut Schumpeter, seorang *entrepreneur* tidak perlu menjadi seseorang pengambil resiko atau pemilik perusahaan. Namun tidak

demikian bagi Peter Drucker seorang profesor manajemen dan konsultan bisnis terkenal, dimana menurutnya kewirausahaan hanya menunjukkan pendirian sebuah organisasi dimana orang yang memulai usaha baru tersebut disebut sebagai seorang wirausaha, termasuk merek yang gagal untuk menghasilkan keuntungan. (Drucker, 2008)

David McClelland ditahun 1961 juga mengatakan hal yang sama dengan Drucker, dimana *entrepreneur* adalah seseorang yang energik dan pengambil risiko. Ditahun 1975, Albert Shapero memperluas definisinya sebagai pengusaha yang mengambil inisiatif, mengatur beberapa mekanisme sosial-ekonomi, dan menerima risiko kegagalan. 5 tahun kemudian, Karl Vesper mengatakan bahwa pengusaha dilihat secara berbeda oleh pakar ekonomi, psikolog, pengusaha, dan politisi. Di tahun 1981, Shapero mengatakan baik inovasi dan penciptaan lapangan kerja melibatkan penciptaan organisasi dari kegiatan saling dilakukan oleh beberapa orang untuk mencapai tujuan. Sedangkan The Valley, 1985, sebagai pembuat organisasi, pengusaha ekonomi dan "bibit" lokal yang menanam lembaga baru di bidang ekonomi, budaya, social, dan politik. Mereka juga mendahului dan menciptakan konteks untuk mengelola, mengembangkan organisasi yang kemudian berubah dalam strategi, struktur, kinerja, dan budaya. Seperti yang dikatakan Alfred Chandler dari Harvard Business School, secara historis, kewirausahaan telah menciptakan sebuah organisasi. Inovasi teknologi tidaklah baik sampai anda mengeksploitasi mereka secara organisasi. Secara historis, orang yang benar-benar sukses yang mengambil inovasi dan menciptakan sebuah tim. Gilford Pinchot juga mendefinisikannya sebagai seorang pengusaha dalam suatu organisasi yang sudah mapan di tahun 1983. Lalu di tahun 1985, Robert Hisrich memperluas wirausaha sebagai proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, dengan asumsi yang disertai dengan risiko keuangan, psikologis, dan sosial, dan menerima penghargaan dihasilkan dalam hal moneter dan kepuasan pribadi (Hisrich & Peters, 1992)

Entrepreneur adalah pemain organisasi yang lebih kreatif. Ini adalah bisnis mereka untuk menghasilkan atau menambah *value* ketika mereka berbisnis, mereka memperkenalkan bentuk-bentuk baru, organisasi baru, produk baru, dan bahasa baru untuk dunia pada umumnya.

Entrepreneur berpusat pada hal baru dan variasi pasar, berarti bahwa proses inovasi, penemuan atau kreasi sedanglah bekerja. Tentu saja, tidak semua usaha memiliki ide-ide yang sama kreatifnya. Beberapa meniru beberapa ide orang lain, dan ada pula ide yang dimaksudkan untuk menggantikan pekerjaan dan pendapatan yang akan diperoleh sebagai karyawan. Di bagian ini kita melihat sisi yang lebih kreatif dari *entrepreneurship* - penambahan *value*, inovatif, yang mengakui bahwa kreatifitas membutuhkan pasar untuk menambah *value*. Dalam beberapa teori ekonomi, inovasi adalah kunci yang mendefinisikan aspek kewirausahaan. Schumpeter (1934) adalah orang pertama yang menunjukkan pentingnya *value* baru yang diciptakan oleh pengusaha. Baru-baru ini, Hoy, Boulton, dan Carland (1984) memperluas dan menentukan ide Schumpeter, mengatakan bahwa

pengusaha:

- memperkenalkan barang baru
- memperkenalkan metode produksi baru
- membuka pasar baru
- membuka pasokan sumber baru
- mereorganisasi industri (mencakup pembelian suatu perusahaan atau bertindak sebagai direktur).

(Hisrich & Peters, 1992)

Peter Drucker juga mendefinisikan *entrepreneurship* dalam hal generasi pekerjaan baru dan produksi hal baru. Penciptaan lapangan kerja melalui *entrepreneurship* sekarang begitu didokumentasikan dengan baik bahwa para pemimpin regional perlu mempertimbangkan bagaimana pemerintah daerah dan masyarakat dapat merangsang atau mendorong bisnis baru.

Masyarakat dengan tingkat *entrepreneurship* yang tinggi tentunya menimbulkan risiko yang lebih kecil dari seseorang yang bergantung pada ilusi keamanan perusahaan skala besar. Kebanyakan formasi sejumlah besar perusahaan, terjadi secara berlanjut dari waktu ke waktu yang dapat memastikan kreatifitas dan ketahanan yang masyarakat perlukan untuk merespons terhadap perubahan dan memanfaatkan peluang baru dengan cepat. (Drucker, 1984)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Stevenson ditahun 1991, dimana kewirausahaan diartikan sebagai pengembangan kesempatan diluar sumber yang saat ini bisa diatur. Kewirausahaan itu mengenai pertumbuhan, kreativitas dan inovasi. *Entrepreneur* yang inovatif dapat terlihat dalam berbagai bentuk dan formasi. Mereka memulai perusahaan, mereka meneruskan perusahaan setelah lulus sekolah atau perusahaan, mereka menstrukturisasi perusahaan yang membutuhkan fokusnya kembali, mereka berinovasi didalam perusahaan yang besar. Dimana tujuan utama mereka adalah pertumbuhan. (Wilson, 2008)

Menurut Bird, kreasi *value* melalui organisasi, yang disengaja oleh seseorang atau sekelompok kecil mitra kerja. Definisi ini mencerminkan sifat *entrepreneurship* dimana pengusaha tidak "dipaksa" untuk berbisnis bertentangan dengan keinginan mereka dan fungsi kreatifitas didalam perilaku kewirausahaan.

Di hampir semua definisi *entrepreneurship*, ada kesepakatan yang berbicara tentang jenis perilaku yang meliputi: (1) pengambilan inisiatif, (2) pengorganisasian dan reorganisasi mekanisme sosial / ekonomi untuk mengubah sumber daya ke perhitungan yang praktis. (3) penerimaan risiko atau kegagalan.

Dipandang dari ilmu ekonomi, seorang pengusaha adalah seseorang yang merubah sumber daya, tenaga kerja, material, serta aset lain yang menjadi kombinasi yang membuat *value* mereka lebih besar dari sebelumnya, dan juga salah satu orang yang memperkenalkan perubahan, inovasi, serta aturan baru.

Dari ilmu psikolog, orang tersebut biasanya didorong oleh kekuatan tertentu- kebutuhan untuk mendapatkan atau mencapai sesuatu, untuk bereksperimen, untuk mencapai, atau mungkin untuk menghindari otoritas orang lain.

Bagi seorang pengusaha sendiri, seorang pengusaha muncul sebagai ancaman, pesaing agresif, sedangkan bagi pengusaha lain, pengusaha yang sama mungkin menjadi sekutu, sumber pasokan, pelanggan, atau seseorang yang baik untuk diinvestasikan.

Orang yang sama yang dilihat dari filsuf kapitalis sebagai salah satu orang yang menciptakan kekayaan bagi orang lain juga yang menemukan cara yang lebih baik untuk memanfaatkan sumber daya, mengurangi limbah, dan yang memproduksi pekerjaan orang lain inginkan.

Entrepreneurship adalah proses dinamis dalam menciptakan kekayaan tambahan. Kekayaan yang dibuat oleh individu yang menanggung risiko besar dalam hal modal, waktu, dan atau komitmen karir atau memberikan *value* untuk produk atau layanan tertentu. Layanan produk mungkin tidak baru atau unik tetapi *value* itu harus ditanamkan oleh pengusaha dengan menerima dan mengalokasikan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan.

Sementara masing-masing dari definisi ini memandang pengusaha dari perspektif yang sedikit berbeda, setiap perspektif berisi gagasan yang serupa: suatu hal yang baru, pengorganisasian, menciptakan, kekayaan, dan pengambilan risiko. Walaupun masing-masing definisi terasa agak sempit. Pengusaha dapat ditemukan di semua profesi baik dibidang pendidikan, kedokteran, penelitian, hukum, arsitektur, pekerja sosial, dan distribusi. (Bird,1989)

Konsep *Entrepreneur*

***Entrepreneurship* sebagai inovasi**

Teori yang kemungkinan paling dikenal didalam ekonomi adalah teori Joseph Schumpeter akan *entrepreneur* sebagai seorang inovator. Teorinya mengenalkan ‘kombinasi baru’ akan produk baru, metode produksi, pasar, sumber pemasok, atau kombinasi industri, yang merubah ekonomi keluar dari “*equilibrium*” sebelumnya melalui proses yang Schumpeter namakan ‘perombakan kreatif’. Inovasi *entrepreneur* yang diperkenalkan Scumpeter didalam “*Theory of Economic Development*” di tahun 1911 dan dikembangkan lebih lanjut ke “*Business Cycles*“ di tahun 1939. Schumpeter memberikan *entrepreneur* sebuah posisi sebagai sumber perubahan ekonomi. Schumpeter juga membedakan *entrepreneur* dari kapitalis. Dimana *entrepreneurnya* tidak perlu memiliki modal, atau bahkan bekerja dalam suatu struktur perusahaan sama sekali. (Foss&Klein, 2004)

***Entrepreneurship* sebagai penemuan**

Entrepreneurship juga dapat dipahami sebagai “*alertness*” akan kesempatan meraih keuntungan. Konsep ini telah dipaparkan lebih lengkap oleh Israel Kirzner (1973, 1979, 1992).

Kirzner menggambarkan kompetisi sebagai proses penemuan, sebagai sumber keuntungan *entrepreneur* adalah ramalan akan masa depan. Penemuan akan sesuatu (produk baru atau teknologi yang dapat menghemat biaya) yang belum diketahui pemain lain di pasar. Contoh yang paling mudah adalah seorang pialang, yang mengetahui perbedaan di harga saat ini, dapat memanfaatkannya untuk keuntungan finansial. Di contoh yang lebih umum, *entrepreneur* menyadari akan produk baru atau proses produksi yang lebih maju and mengambil tindakan untuk mengisi pasar ini sebelum orang lain. Kesuksesan, dalam hal ini, tidak datang dari masalah yang secara luas diketahui umum, tetapi dari kepemilikan pengetahuan atau pandangan yang tidak dimiliki orang lain.

Entrepreneur versi Kirzner tidak memiliki modal, mereka hanya perlu menyadari adanya kesempatan dalam menghasilkan keuntungan. Karena mereka tidak memiliki aset, mereka tidak ragu menghadapi ketidakpastian. (Foss&Klein, 2004)

***Entrepreneurship* sebagai kepemimpinan yang karismatik**

Dalam literatur yang menggabungkan pandangan dari ekonomi, psikologi dan sosiologi dan berdasar kepada Max Weber, mengaitkan entrepreneurship dengan kepemimpinan yang karismatik. Entrepreneur, dalam hal ini, adalah spesialis dalam berkomunikasi. Dengan kemampuan untuk mengatur rencana, peraturan, atau visi yang lebih luas dan ‘memaksakan’nya kepada yang lain.

Entrepreneur yang sukses dapat mengkomunikasikan hal tersebut kepada yang lain, yang berbagi visi yang sama dengan entrepreneur. Entrepreneur seperti ini biasanya juga optimis, percaya diri dan antusias. (Casson, 2000)

***Entrepreneurship* sebagai Judgment**

Sebagai alternatif lain dalam pengertian sebelumnya, *entrepreneurship* terdiri dari pertimbangan pengambilan keputusan dalam situasi yang tidak menentu. Penilaian mengacu dari pengambilan keputusan dalam rentang kondisi kemungkinan keberhasilan di masa depan. Cantillon mendebat bahwa semua partisipan pasar, terkecuali pemilik tanah dan *nobility*, dapat di klasifikasikan sebagai entrepreneur atau penghasil upah. Entrepreneur bekerja dengan ketidakpastian upah, sampai beberapa saat ketika mereka memilikinya, walaupun fungsi dan jabatan mereka sangat tidak proporsional. (Cantillon, 1755).

Menanggung resiko, dimana pengambilan keputusan dibawah kondisi yang tidak menentu adalah *entrepreneur's purpose*

Judgment dibedakan dari kegigihan, inovasi, kesiagaan dan kepemimpinan. *Judgment* harus diterapkan didalam situasi yang normal untuk usaha yang sedang berjalan dan juga usaha baru. Sementara kesiagaan cenderung pasif, *Judgment* bersifat aktif. *Entrepreneur* adalah mereka yang mencari keuntungan dengan terus menerus melakukan penyesuaian dengan perubahan. Mereka tidak puas dengan pasif menyesuaikan perubahan, aktifitas untuk siap menyesuaikan perubahan yang akan datang atau perubahan yang telah timbul dalam kondisi mereka, bahkan mereka menganggap

perubahan itu sendiri sebagai kesempatan baik untuk menjadi lebih baik dan dengan agresif berusaha untuk mengantisipasi dan mengambil keuntungannya dari situasi tersebut. (Salerno, 1993; Foss&Klein, 2004)

Kesimpulan

Definisi dan teori *entrepreneurship* yang dijabarkan para ahli berubah mengikuti perkembangan ekonomi sesuai berjalannya waktu. Schumpeter di teori awalnya hanya mengutamakan keberanian untuk menjadi seorang *entrepreneur*, mirip dengan teori Richard Cantillon, yang mengartikan entrepreneur sebagai “*undertaker*”, dimana teori ini lalu berkembang definisinya menjadi sebuah inovasi dan pengembangan teknologi yang belum pernah dicoba. Dimana dijamin lebih modern, Peter Drucker mengemukakan *entrepreneurship* sebagai pendirian sebuah organisasi. Dari definisi dan teori tersebut, kita membagi beberapa konsep *entrepreneurship* sebagai inovasi, penemuan, kepemimpinan yang karismatik dan *judgment*.

Referensi:

- Barbara J. Bird. (1989). *Entrepreneurial Behavior*. United States of America: Scott Foresman&Co.
- Śledzik, Karol, Schumpeter’s View on Innovation and Entrepreneurship. April 2013. Management Trends in Theory and Practice, (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina
- Wilson, Carol. 2008. Entrepreneurship and current education. Ch.5, pp.2. Available from: ssrn.com [15 November 2019]
- Clifford M. Baumback, & Joseph R. Mancuso. 1975. *Entrepreneurship and Venture Management*. Englewood Cliffs, New Jersey, United States of America: Prentice-Hall, inc.
- Cantillon, Richard. 1755. *Essai sur la nature de commerce en général*. Henry Higgs, ed. London: Macmillan, 1931.
- Drucker, Peter. F. 2008. *Management*. Joseph A. Maciariello, ed. New York: Harper & Row, 1974
- Dictionary. (November 2019). Definition of Entrepreneur Retrieved from <https://www.dictionary.com/browse/entrepreneur?s=t>
- Demsetz, Harold. 1983. “The Neglect of the Entrepreneur,” in Joshua Ronen, ed. *Entrepreneurship*. Lexington: Lexington Press.
- Demsetz, Harold. 1988. “Profit as a Functional Return: Reconsidering Knight’s Views,” in idem. 1988. *Ownership, Control and the Firm. The Organization of Economic Activity*, vol. 1. Oxford and New York: Blackwell.
- Demsetz, Harold. 1991. “The Theory of the Firm Revisited,” in Oliver E. Williamson and Sidney G. Winter, eds. 1993. *The Nature of the Firm*, Oxford: Blackwell.

- Foss, Nicolai J. & Klein, Peter G. 2004. *Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm: Any Gains from Trade?*, Journal of Entrepreneurship 2004-19: 2-9
- Kirzner, Israel M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. 1979. *Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*, Chicago and London: University of Chicago Press, 1983 (reprint edition).
- Kirzner, Israel M. 1985. "The Perils of Regulation," in idem., *Discovery and the Capitalist Process*. Chicago: University of Chicago Press, 1985.
- Kirzner, Israel M. 1992. *The Meaning of Market Process*. London: Routledge.
- Robert D. Hisrich, Ph.D., Michael P. Peters, Ph.D., & Dean A. Shepherd, Ph.D. (1989). *Entrepreneurship*. New York, United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Salerno, Joseph T. 1993. "Mises and Hayek Dehomogenized." *Review of Austrian Economics* 6: 113–46.
- Salerno, Joseph T. 1998. "Carl Menger." in Randall G. Holcombe, ed., *Fifteen Great Austrian Economists*. Auburn, Ala.: Ludwig von Mises Institute.
- Schumpeter, Joseph A. 1911. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Translated by Redvers Opie. Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1934.
- Schumpeter, Joseph A. 1939. *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. New York: McGraw-Hill.
- Schumpeter, Joseph A. 1942. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Row.
- Schumpeter, Joseph A. 1949. "Economic Theory and Entrepreneurial History." In *Change and the Entrepreneur: Postulates and Patterns for Entrepreneurial History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Witt, Ulrich. 1998a. "Imagination and Leadership: the Neglected Dimension of an Evolutionary Theory of the Firm," *Journal of Economic Behavior and Organization* 35: 161–77.
- Witt, Ulrich. 1998b. "Do Entrepreneurs Need Firms?" *Review of Austrian Economics* 11: 99-109.