

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Umum

3.1.1 Teori Entrepreneurship

3.1.1.1 Pengertian Entrepreneurship

Istilah *entrepreneurship* berasal dari bahasa perancis “*entreprendre*” yang berarti “melakukan”. Dalam bahasa Inggris kata ini sering diartikan sebagai “*in between taker*” atau “*go-between*”, yang menggambarkan seseorang yang berperan di antara pengambil keputusan dan pelaku tindakan (Alzet Rama, 2022). Dengan demikian kewirausahaan dapat diartikan sebagai aktivitas melakukan sesuatu dengan memanfaatkan berbagai faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, modal untuk menciptakan peluang usaha baru, baik berupa (*profit*) maupun (*non-profit*) (Alzet Rama, 2022).

Menurut Isnaini N (2022), *entrepreneurship* merupakan sikap dan karakter seseorang yang memiliki kemauan untuk menciptakan peluang serta berani menghadapi setiap resiko yang ada demi mencapai kesuksesan melalui kemampuan berpikir kreatif dan inovatif, termasuk dalam memanfaatkan hal-hal yang bernilai. Sedangkan menurut Margahana H (2020), *entrepreneurship* didefinisikan sebagai bentuk inovasi dan kreatifitas dalam memanfaatkan kesempatan untuk melahirkan perubahan yang dapat menghasilkan nilai positif, baik bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

3.1.1.2 Pengertian Entrepreneur

Menurut Suryana, entrepreneur adalah penerapan suatu proses dalam sebuah kreatifitas dan penemuan dan menemukan kesempatan dari problem yang dijalankan manusia dikehidupannya. Sedangkan menurut Drucker, entrepreneur diartikan sebagai manusia yang dapat menggunakan kesempatan. Seorang ahli bernama Hisrich, juga berpendapat bahwa entrepreneur merupakan kepandaian menjalankan yang ada di dalam jiwa untuk digunakan serta dimanfaatkan secara maksimal yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang (Margahana, 2020). Berdasarkan pengertian yang disebutkan para asli, Margahana H (2020) dalam jurnalnya yang

berjudul “Urgensi Pendidikan Entrepreneurship Dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa”, menyimpulkan bahwa *entrepneur* merupakan seseorang atau manusia yang menjalankan kegiatan entrepreneurship mempunyai bakat dalam mengelola suatu usaha yang dijalankan.

3.1.1.3 Tujuan Entrepreneurship

Menurut Syefrinando, B (2021), terdapat tiga tujuan entrepreneurship yang perlu diketahui, yaitu sebagai berikut:

1. Membuka dan Memperluas Lapangan Pekerjaan Baru untuk Orang Lain

Seorang entrepreneur dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia dengan membuka lapangan pekerjaan hasil dari kegiatan entrepreneurship. Oleh karena itu penting bagi orang tua atau guru untuk menanamkan pendidikan kewirausahaan pada anaknya.

2. Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Masyarakat

Dengan banyaknya lapangan pekerjaan baru yang tersedia, maka jumlah pengangguran di Indonesia akan berkurang. Tidak dapat dipungkiri, jika angka pengangguran menurun kelak hidup masyarakat Indonesia akan semakin terjamin.

3. Meningkatkan Semangat Berwirausaha

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Saat ini banyak anak remaja yang terinspirasi oleh idola mereka yang berpenampilan menarik, sukses di usianya yang masih muda dan berprestasi. Begitu juga dengan seorang entrepreneur, yang bisa menumbuhkan semangat orang lain dalam menciptakan sebuah inovasi baru dan mulai membangun usaha.

3.1.2 Teori Kepemimpinan

3.1.2.1 Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan secara bahasa, mengandung arti kemampuan atau kualitas seorang pemimpin dalam mengarahkan sesuatu yang sedang dipimpinnya untuk mencapai suatu tujuan (Lestari, 2022). Dengan demikian, kepemimpinan dapat diartikan sebagai kekuatan yang bersifat aspiratif, semangat, dan moral yang kreatif, yang mampu mempengaruhi para anggota agar sikap dan kemauannya sejalan dengan visi pemimpin (Mahirun, 2021). Sedangkan menurut Rivai (2018), kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi dan memberi teladan kepada para pengikutnya melalui komunikasi yang efektif guna mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks ini kepemimpinan berarti proses mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi pikiran, perasaan, serta perilaku orang lain agar bergerak menuju sasaran yang diinginkan (Lestari, 2022).

3.1.2.2 Gaya Kepemimpinan

Menurut Gattot dan Salusu terdapat empat gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan oleh seorang pemimpin dalam mengelola organisasi, yang meliputi:

- 1. Gaya Direktif**

Pemimpin yang direktif pada umumnya membuat keputusan-keputusan penting dan banyak terlibat dalam pelaksanaannya. Segala aktivitas berpusat pada pemimpin dengan ruang gerak terbatas bagi bawahan, sehingga gaya ini cenderung bersifat otoriter.

- 2. Gaya Konsultatif**

Gaya konsultatif menunjukkan bahwa pemimpin kurang otoriter dan lebih banyak melakukan interaksi dengan para staf atau anggota dalam organisasi. Pemimpin berperan sebagai pembimbing, pemberi motivasi, dan penasihat dalam mencapai tujuan organisasi.

- 3. Gaya Partisipatif**

Gaya partisipasi bisa berkembang ke arah saling percaya antara pimpinan dan bawahan. Pemimpin memberikan kepercayaan kepada staf untuk menyelesaikan tugasnya, tetap membuka ruang konsultasi, dan mendorong kerja sama dalam proses pengambilan keputusan.

4. Gaya Delegasi

Gaya delegasi ini mendorong staf untuk mengambil inisiatif sendiri. Pemimpin memberikan kontrol yang minim, sehingga gaya ini efektif jika staf memiliki kompetensi dan rasa tanggung jawab tinggi terhadap pencapaian tujuan organisasi.

3.1.2.3 Fungsi Kepemimpinan

Menurut Simarmata kepemimpinan mempunyai fungsi, yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Perencanaan

Pemimpin bertugas menyusun rencana dan strategi yang tepat agar selaras dengan tujuan organisasi

2. Fungsi Komunikator

Setiap pemimpin harus dapat berkomunikasi secara efektif, baik secara vertikal, horizontal maupun diagonal.

3. Fungsi Pemecah Masalah

Seorang pemimpin harus mampu mengenali gejala, mengidentifikasi permasalahan, serta mencari solusi yang tepat untuk mengatasinya.

4. Fungsi Pengawasan

Fungsi kepemimpinan yang dikendalikan dengan membangun hubungan yang luas dengan pemangku kepentingan, memperkuat jaringan kerja sama antar organisasi, memberikan dukungan kepada anggota, serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan teratur

5. Fungsi Evaluasi

Mengevaluasi kinerja anggota kelompok, memutuskan gagasan/ide sebagai tindakan yang tepat untuk dilakukan dan memberikan nilai objektif sesuai aturan yang telah ditetapkan.

3.1.3 Teori *Design Thinking*

3.1.3.1 Pengertian *Design Thinking*

Design thinking adalah sebuah pendekatan yang berfokus pada manusia, yang memakai metode dan pemikiran dari dunia desain untuk memahami keutuhan orang, menentang asumsi, merumuskan kembali permasalahan, menciptakan solusi, dan kemudian menguji ide-ide secara empati (Brown, 2018). Prosesnya tidak hanya untuk memecahkan masalah, tetapi juga menghasilkan inovasi yang benar-benar menjawab kebutuhan pengguna (Course-Net, 2024).

3.1.3.2 Tahapan *Design Thinking*

Secara umum metode *design thinking* terdiri dari lima tahapan utama, yang mencakup: *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Djamaris, 2023).

- ***Emphasize***

Tahap pertama berfokus pada memahami sudut pandang, kebutuhan, dan tantangan pengguna melalui observasi dan interaksi langsung. Prinsip empati membantu perancang melihat masalah dari perspektif pengguna agar solusi yang dihasilkan benar-benar relevan.

- ***Define***

Setelah memahami pengguna, langkah berikutnya adalah merumuskan inti permasalahan secara jelas dan terarah. Tahap ini penting untuk memastikan tim berfokus pada akar masalah, bukan hanya gejala permukaan.

- ***Ideate***

Tahap ini mendorong munculnya berbagai gagasan kreatif tanpa batasan atau penilaian. Semua ide dianggap berharga karena dapat memicu munculnya solusi inovatif yang tidak terpikir sebelumnya.

- ***Prototype***

Pada tahap ini, ide-ide yang telah dipilih diwujudkan menjadi bentuk sederhana seperti sketsa, model, atau simulasi. Prototipe berfungsi

untuk menguji konsep dan memperoleh umpan balik awal dari pengguna.

- **Test**

Tahap terakhir melibatkan pengujian prototype kepada pengguna untuk mendapatkan masukan. Berdasarkan hasil uji, solusi dapat disempurnakan melalui proses iterative hingga memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

3.1.3.3 Manfaat *Design Thinking*

Pendekatan design thinking memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan maupun organisasi, khususnya dalam menghadapi tantangan kompleks yang muncul selama proses pengembangan produk atau layanan. Melalui proses yang bersifat iterative, metode ini membantu tim untuk meninjau kembali akar permasalahan, menggali beragam ide, serta menciptakan solusi yang paling relevan dan selaras dengan kebutuhan pengguna (Course-Net, 2024).

3.2 Teori Khusus

3.2.1 Pengertian dan Tanggung Jawab Chief Executive Officer (CEO)

Menurut Edi dan Cristi (2022), *Chief Executive Officer* (CEO) merupakan pimpinan tertinggi dalam struktur manajemen perusahaan yang memiliki tanggung jawab utama terhadap jalannya seluruh aktivitas bisnis. Seorang CEO mengawasi berbagai proses penting seperti akuntansi, penyusunan laporan keuangan, dan pengambilan keputusan strategis. Dalam mengukur kinerja, CEO umumnya berfokus pada indikator keuangan seperti laba per saham. Jabatan CEO digunakan pada perusahaan yang berorientasi bisnis, sedangkan istilah *direktur eksekutif* lebih sering digunakan pada organisasi non-profit. Secara umum, CEO berperan dalam merumuskan visi dan strategi perusahaan, menyusun rencana tahunan, menandatangani anggaran, serta menjalin komunikasi dengan para investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Selain itu, menurut Sudana dan Aristiana (2017), seorang CEO perlu memiliki kekuatan (*power*) yang mendukung efektivitas perannya dalam memimpin organisasi. Kekuatan tersebut dapat berasal dari berbagai sumber, seperti keahlian (*expert power*), kepemilikan saham (*ownership power*), koneksi sosial (*prestige power*), jabatan formal (*structural power*), serta akses terhadap informasi non-keuangan yang dapat dimanfaatkan oleh investor dalam menilai kinerja perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian, kekuatan yang dimiliki CEO menjadi faktor penting dalam menghadapi tantangan, membuat keputusan strategis, serta memastikan tercapainya tujuan organisasi.

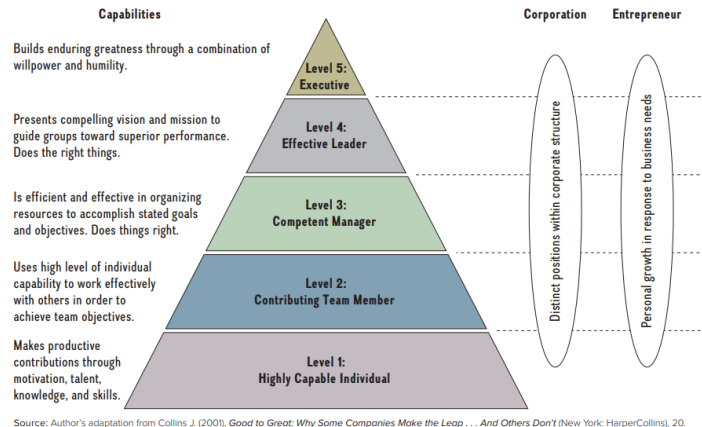
3.2.2 Teori Kepemimpinan Strategis (*Strategic Leadership*)

3.2.2.1 Pengertian Kepemimpinan Strategis (*Strategic Leadership*)

Menurut Rothaermel (2023), kepemimpinan strategis (*strategic leadership*) merupakan kemampuan seorang eksekutif, khususnya pimpinan tertinggi seperti CEO, dalam menggunakan kekuasaan dan pengaruhnya untuk mengarahkan aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang. Dalam konteks teori manajemen strategis, kepemimpinan strategis juga mencakup proses analisis, perumusan dan implementasi strategi yang bertujuan untuk menciptakan serta mempertahankan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

3.2.2.2 Tingkatan Kepemimpinan Strategis (*Level-5 Leadership Pyramid*)

Menurut Rothaeramel (2023), untuk menjadi seorang pemimpin strategis yang efektif, seseorang perlu mengembangkan kemampuannya melalui lima tingkatan kepemimpinan yang dikenal sebagai *Level-5 Leadership Pyramid*, yaitu:



Gambar 3. 1 Level-5 Leadership Pyramid

(Sumber: *Strategic Management*. McGraw Hill)

1. Highly Capable Individual
Memiliki keterampilan, pengetahuan, dan motivasi dasar yang produktif.
2. Contributing Team Member
Mampu bekerja sama dengan tim untuk mencapai tujuan bersama.
3. Competent Manager
Efektif dalam mengorganisasi sumber daya dan mencapai target organisasi.
4. Effective Leader
Memiliki visi dan misi yang kuat untuk memotivasi dan mengarahkan kinerja tim.
5. Executive
Membangun kehebatan jangka panjang melalui kombinasi antara kemauan keras dan kerendahan hati.

Level-5 Leadership Pyramid menunjukkan bahwa kepemimpinan strategis bukan hanya soal posisi, tetapi juga soal karakter, pengaruh, dan kemampuan dalam membawa organisasi menuju keberhasilan keberlanjutan.

3.2.2.3 Proses Manajemen strategis

Menurut Rothaeramel (2023), *strategic management process* merupakan metode yang digunakan oleh pemimpin strategis untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang menjadi dasar terciptanya keunggulan bersaing berkelanjutan. Proses ini dijalankan melalui tiga pendekatan utama, yaitu:

1. Strategic Planning

Pendekatan yang bersifat top-down, yaitu proses strategi yang rasional dan berbasis data di mana manajemen puncak berupaya memprogram keberhasilan di masa depan.

2. Scenario Planning

Pendekatan yang berfokus pada perumusan berbagai scenario “*what-if*” untuk mengantisipasi kemungkinan masa depan dan menentukan respons strategi yang tepat.

3. Strategy as Planned Emergence

Pendekatan yang menggabungkan perencanaan formal dengan fleksibilitas, memungkinkan inisiatif strategis muncul dari bawah (*bottom-up*) melalui tindakan otonom atau proses alokasi sumber daya yang kemudian dikoodinasikan oleh manajemen puncak.

3.2.2.4 Pengambilan Keputusan Strategis

Menurut Rothaeramel (2023), *strategic decision making* merupakan proses penting dalam kepemimpinan strategis yang menentukan arah masa depan organisasi, terutama ketika menghadapi perubahan mendasar dalam industri. Salah satu konsep kuncinya adalah *strategic inflection point*, yaitu titik balik di mana dasar-dasar bisnis dan industrinya sedang atau akan berubah secara signifikan. Dalam situasi ini, pemimpin strategis perlu mampu menyesuaikan strategi agar tetap selaras dengan realitas kompetitif dan menghindari terjadinya *strategic dissonance*, yaitu ketidaksesuaian antara strategi yang dijalankan dengan kondisi persaingan yang dinamis.