

2. LANDASAN TEORI

2.1 Entrepreneurial Passion

2.1.1 Pengertian *Entrepreneurial Passion*

Entrepreneurial passion adalah perasaan positif yang timbul secara intens dan sadar dalam diri pengusaha karena keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan terkait dengan peran dan makna identitasnya sebagai pengusaha (Cardon et al., 2013). *Entrepreneurial passion* juga merupakan perasaan yang timbul dan nampak dalam sikap positif terhadap kegiatan yang penting bagi identitas pengusaha tersebut (Huyghe et al., 2016). *Entrepreneurial passion* merujuk pada semangat dan gairah yang dimiliki oleh seorang pengusaha dalam menjalankan bisnisnya (Newman et al., 2021). *Passion* memainkan peran penting dalam kesuksesan wirausaha karena dapat memotivasi wirausaha tersebut untuk terus berkembang dan mengatasi hambatan yang mungkin terjadi dalam perjalanan usahanya. Dua dimensi penting dari *entrepreneurial passion* yaitu perasaan positif yang kuat dan sentralitas identitas (Cardon et al., 2013). Perasaan positif yang intens adalah fenomena afektif yang melibatkan perasaan kuat yang diliputi oleh keinginan, seperti antusiasme, semangat, dan kerinduan yang mendalam. Sedangkan sentralitas identitas lebih berpusat kepada identitas diri sendiri, dalam hal ini identitas sebagai pengusaha. Cardon et al. (2017) mengemukakan bahwa *entrepreneurial passion* memotivasi orang untuk menemukan peluang inovatif dan mengembangkan niat bisnis baru. Hubner et al. (2019) juga menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* merupakan faktor penting untuk mencapai motivasi dan kesuksesan serta penting dalam memprediksi niat berwirausaha.

Ulama dalam Campos (2017) menjelaskan tiga jenis *entrepreneurial passion* yang terkait dengan beberapa karakteristik proses kewirausahaan. Pertama, semangat berwirausaha dan keterlibatan dalam mengidentifikasi, menemukan, dan mengeksplorasi peluang baru. Kedua, semangat untuk mendirikan, mencerminkan semangat pengusaha mengenai kegiatan yang terlibat dalam membuat usaha bisnis dan kegiatan eksploitasi pemasaran dan peluang. Ketiga, semangat untuk peduli, meramalkan, maju, dan memperluas usaha. Individu dengan tingkat semangat kewirausahaan yang tinggi lebih mungkin untuk membentuk bisnis dan menerjemahkan semangat mereka ke dalam tindakan.

Para peneliti memiliki perbedaan pendapat tentang *entrepreneurial passion* yang terutama berfokus pada tiga aspek: perspektif sifat individu, perspektif emosi, dan perspektif motivasi (Feng & Chen, 2020). Pertama, perspektif sifat individu merupakan karakteristik kepribadian bawaan dari individu yang membuat individu memiliki karakteristik yang berbeda dari orang lain dalam situasi yang berbeda dan memantapkan keberadaannya. Namun, dengan berdirinya dan berkembangnya usaha, sebagian besar pengusaha akan kehilangan *entrepreneurial passion* yang tidak dapat dijelaskan oleh karakteristik individu (Yu et al., 2019). Kedua, perspektif emosional, termasuk lima keadaan psikologis perasaan, kognisi, ekspresi, fisiologi, dan tindakan, adalah respons psikologis dan fisiologis yang dipicu oleh stimulasi lingkungan eksternal. *Entrepreneurial passion* adalah pengalaman emosional, bukan cerminan dari karakteristik individu. Ketika pengusaha memiliki *entrepreneurial passion* yang tinggi, pengusaha tersebut memiliki banyak pengalaman positif dalam kegiatan kewirausahaan. Pengusaha tersebut dapat melakukan perilaku entrepreneur yang sesuai dengan jati dirinya atau sesuai dengan tujuan usahanya. Ketiga, perspektif motivasi adalah kekuatan pendorong yang memotivasi individu untuk mencapai tujuannya dan melakukan aktivitas yang sesuai. Gairah adalah bagian penting dari motivasi untuk memulai bisnis dan dapat membuat seseorang bekerja lebih keras. Di bawah suatu motivasi khusus, *entrepreneurial passion* dapat merangsang pemikiran wirausaha sehingga pengusaha bertindak berdasarkan pemikiran tersebut.

2.1.2 Indikator *Entrepreneurial Passion*

Menurut Cardon et al. (2013), *entrepreneurial passion* diukur oleh dua indikator, yaitu *intense positive feelings* (IPF) dan *identity centrality* (IC). Kedua indikator tersebut dibagi menjadi 3 bagian yaitu *passion for inventing*, *passion for founding*, dan *passion for developing*. *Passion for inventing* berkaitan dengan pengamatan lingkungan untuk peluang pasar baru, mengembangkan produk atau layanan baru, dan bekerja dengan prototipe baru. *Passion for founding* berkaitan dengan mengumpulkan sumber daya keuangan, manusia, dan sosial yang diperlukan untuk menciptakan usaha baru, sedangkan *passion for developing* berkaitan dengan pertumbuhan dan perluasan usaha setelah didirikan. Adapun indikator dari *entrepreneurial passion* adalah:

1. *Intense positive feelings (IPF)*

Intense positive feelings (IPF) adalah pengalaman perasaan yang positif dalam kegiatan kewirausahaan. IPF dalam penelitian ini diukur dengan pernyataan berikut.

1. Tertarik menemukan cara baru dalam memenuhi kebutuhan pasar/konsumen yang belum terlayani
2. Mencari ide-ide baru untuk produk/jasa adalah kegiatan yang menyenangkan
3. Termotivasi untuk mencari tahu bagaimana membuat produk/jasa agar menjadi lebih baik
4. Semangat dalam mengamati lingkungan untuk menemukan peluang bisnis baru
5. Merasa semangat ketika mendirikan sebuah usaha/bisnis baru
6. Memiliki usaha/bisnis sendiri membuat seseorang lebih bersemangat
7. Merasa senang jika bisa mengembangkan bisnis hingga menjadi sukses
8. Suka menemukan orang yang tepat untuk memasarkan produk/layanannya
9. Mengumpulkan orang yang tepat untuk bekerja pada usaha/bisnis adalah hal yang menyenangkan
10. Semangat dalam mendorong karyawan dan diri wirausaha wanita untuk membuat bisnis menjadi lebih baik

2. *Identity Centrality (IC)*

Identity Centrality atau *IC* adalah persepsi individu bahwa identitas dirinya adalah hal yang paling penting atau utama. *IC* bisa dilihat dari sisi *inventing, founding, developing*. *IC* dalam penelitian ini diukur oleh pernyataan sebagai berikut.

1. Menemukan solusi baru dari sebuah permasalahan merupakan bagian penting dalam hidup
2. Menjadi pioner dalam sebuah bisnis merupakan bagian penting
3. Menumbuhkan dan mengembangkan usaha adalah bagian penting

2.2 Entrepreneurial Behavior

2.2.1 Pengertian *Entrepreneurial Behavior*

Entrepreneurial behavior merupakan perilaku, sikap, dan tindakan seorang individu dalam menciptakan dan mengendalikan segala permasalahan yang terjadi dalam proses dan aktivitas sebuah kewirausahaan (De Jong et al., 2015). *Entrepreneurial behavior* adalah praktik perilaku kewirausahaan sebagai pemahaman tentang niat kewirausahaan (Darmanto dan Yuliari, 2018; Neneh, 2019). *Entrepreneurial behavior* mengacu pada serangkaian tindakan, sikap, dan strategi yang ditunjukkan oleh pengusaha atau individu yang memiliki sifat kewirausahaan (Gartner, Carter, & Reynolds, 2010). *Entrepreneurial behavior* melibatkan identifikasi peluang,

mengambil risiko yang diperhitungkan, dan menjadi inovatif, kreatif, dan proaktif dalam mengejar tujuan dan sasaran (Li et al., 2020).

Entrepreneurial behavior sering dikaitkan dengan sifat-sifat seperti ketekunan, ketahanan, dan kemampuan beradaptasi, serta kemauan untuk belajar dan beradaptasi dengan keadaan yang berubah. *Entrepreneurial behavior* dapat dilihat sebagai faktor kunci dalam keberhasilan usaha wirausaha dan pertumbuhan bisnis baru. Beberapa kunci aspek dari *entrepreneurial behavior* adalah pengakuan peluang, pengambilan resiko, kreativitas dan inovasi, ketekunan dan ketahanan, serta fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi (Korber & McNaughton, 2017). Pengusaha sukses memiliki mata yang tajam untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang mungkin diabaikan orang lain. pengusaha tersebut dapat menemukan celah di pasar dan mengembangkan solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.2.2 Indikator *Entrepreneurial Behavior*

Menurut Adeel et al. (2023), *entrepreneurial behavior* diukur dengan indikator sebagai berikut.

1. Telah mendiskusikan produk atau ide bisnis dengan calon pelanggan
2. Telah mengumpulkan informasi tentang pasar atau pesaing
3. Telah menulis rencana bisnis
4. Telah memulai pengembangan produk/layanan
5. Telah memulai upaya pemasaran atau promosi
6. Telah membeli bahan, peralatan, atau mesin untuk bisnis tersebut
7. Telah berusaha mendapatkan pendanaan eksternal
8. Telah mengajukan paten, hak cipta, atau merek dagang
9. Telah mendaftarkan usaha

2.3 Entrepreneurial Self-Efficacy

2.3.1 Pengertian *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Self-efficacy adalah penilaian subjektif individu atas kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu dalam situasi tertentu, termasuk dua bagian yaitu ekspektasi hasil dan ekspektasi efikasi (Cervone et al., 2020). *Self-efficacy* bukanlah keterampilan yang dimiliki individu, tetapi tingkat keyakinan bahwa individu dapat mencapai suatu tujuan dengan melakukan perilaku tertentu (Feng & Chen, 2020). Di berbagai bidang, *self-efficacy* bervariasi sesuai dengan kemampuan dan keterampilan individu.

Entrepreneurial self-efficacy adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dan keterampilan dirinya untuk menyelesaikan proses usaha (Shahab et al., 2018). *Entrepreneurial self-efficacy* adalah manifestasi kepercayaan diri dari keberhasilan pengusaha dalam perilaku kewirausahaan dan kemampuan mereka sendiri. Semakin tinggi efikasi diri wirausaha, maka semakin yakin wirausaha tersebut dapat mempengaruhi lingkungan sekitarnya melalui kemampuannya sendiri (Alshebami, 2022). *Entrepreneurial self-efficacy* dapat memprediksi psikologi dan perilaku wirausaha, merepresentasikan kemampuan wirausaha dalam melengkapi penilaian dan persepsi terhadap perilaku wirausaha.

2.3.2 Indikator *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Menurut Li et al. (2020), *entrepreneurial self-efficacy* diukur dengan indikator sebagai berikut.

1. Keyakinan dapat berhasil menemukan peluang bisnis baru
Individu merasa yakin dapat berhasil dalam menemukan peluang bisnis baru dengan sumber daya yang dimilikinya.
2. Keyakinan dapat berhasil menciptakan produk baru
Individu merasa yakin dapat menciptakan produk baru dengan kemampuan dan keahlian yang dimilikinya.
3. Keyakinan dapat berpikir kreatif
Individu merasa yakin pada kemampuannya untuk dapat berpikir kreatif dalam rangka mengembangkan usaha yang dimilikinya.
4. Keyakinan dapat berhasil mengkomersialkan ide
Individu merasa yakin bahwa idenya dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh mitra usaha.

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dengan *Entrepreneurial Behavior*

Entrepreneurial passion dan *entrepreneurial behavior* merupakan dua konsep yang saling terkait dan saling mempengaruhi dalam kewirausahaan (Bao et al., 2017). Ketika seorang individu memiliki *entrepreneurial passion* yang tinggi, maka individu tersebut cenderung akan memperlihatkan perilaku yang lebih aktif dalam memulai dan mengembangkan bisnisnya (Li et al., 2020). *Passion* ini akan memacu individu untuk melakukan tindakan-tindakan yang proaktif dan berani dalam menghadapi tantangan dan risiko dalam mengembangkan usaha. Sebaliknya,

jika seseorang kurang memiliki *entrepreneurial passion*, maka individu tersebut tidak memiliki motivasi yang cukup untuk mengambil tindakan yang diperlukan dalam mengembangkan bisnisnya.

Dalam hal ini, *entrepreneurial passion* dapat mempengaruhi *entrepreneurial behavior* (Bao et al., 2017). *Entrepreneurial passion* yang tinggi akan memacu individu untuk mengambil tindakan yang proaktif dan berani dalam mengembangkan bisnisnya, sementara *entrepreneurial behavior* yang aktif akan membantu meningkatkan tingkat *entrepreneurial passion* dalam diri individu tersebut. Kedua konsep ini saling mempengaruhi dan saling mendukung dalam menciptakan sebuah usaha yang sukses.

Berdasarkan literatur di atas, maka hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

H1: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior*

2.4.2 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Entrepreneurial passion mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy* (Neneh, 2020). Emosi negatif dapat memunculkan perasaan buruk pada individu, sedangkan emosi positif dapat memicu rasa percaya diri wirausahawan dalam proses keberhasilan wirausaha. Pengusaha dengan hasrat obsesif dapat membawa lebih banyak emosi negatif karena mereka tidak memiliki hak untuk memilih secara mandiri. Dengan demikian, pengusaha dapat secara aktif mempelajari keterampilan dan kemampuan yang sesuai untuk meningkatkan *self-efficacy*. Semakin positif *entrepreneurial passion* maka semakin tinggi *entrepreneurial self-efficacy* (Biraglia & Kadile, 2017).

Entrepreneurial passion dapat mengarahkan seseorang untuk menjadi wirausahawan, seseorang yang bersemangat dalam berwirausaha akan lebih mungkin mengembangkan keterampilannya untuk menjadi lebih baik dalam kegiatan wirausaha tersebut (Neneh, 2020). *Entrepreneurial passion* memainkan peran besar dalam menumbuhkan kepercayaan diri dan keterampilan dalam konteks aktivitas dan niat individu (Cardon et al., 2013). Seseorang yang memiliki *entrepreneurial passion* akan lebih mungkin menemukan cara untuk memperoleh dan mengembangkan keterampilan yang relevan terkait dengan aktivitas kewirausahaan sehingga meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy* nya (Huyghe et al., 2016).

Berdasarkan literatur di atas, maka hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

H2: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial self-efficacy*

2.4.3 Hubungan antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* dengan *Entrepreneurial Behavior*

Selain *passion*, efikasi diri wirausaha juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi perilaku wirausaha. *Self-efficacy* dapat membedakan perbedaan karakteristik psikologis antara wirausahawan dan non wirausahawan serta memprediksi perilaku wirausaha (Garaika & Margahana, 2019). Dalam keadaan tertentu, efikasi diri yang tinggi dapat memotivasi individu untuk melakukan upaya lebih secara sukarela untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga memiliki resistensi yang tinggi. Sementara *self-efficacy* rendah tidak memiliki efek ini. Oleh karena itu, efikasi diri yang tinggi dapat membuat wirausahawan bertahan dalam perilaku kewirausahaan dalam waktu yang lama (Sultana et al., 2018).

Beberapa studi empiris telah dilakukan pada hubungan antara kewirausahaan *self-efficacy* dan perilaku kewirausahaan. Beberapa sarjana berpendapat bahwa niat kewirausahaan pada akhirnya mengarah pada perilaku kewirausahaan (Shirokova et al., 2016; Yi, 2020). Namun, penelitian terbaru menyatakan bahwa niat kewirausahaan adalah prediktor terkuat untuk perilaku kewirausahaan (Neneh, 2019). Pengusaha membutuhkan komitmen individu yang kuat untuk menerjemahkan niat kewirausahaan menjadi perilaku kewirausahaan. Selain itu, peneliti sebelumnya menggambarkan bahwa tindakan kewirausahaan adalah praktik perilaku kewirausahaan sebagai pemahaman tentang niat kewirausahaan kewirausahaan, dan bahwa efikasi diri kewirausahaan berkontribusi terhadap niat kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan (Neneh, 2019).

Di sisi lain, telah ditetapkan bahwa wirausahawan dengan efikasi diri yang luar biasa untuk usaha tertentu lebih mungkin untuk mengikuti dan melanjutkan aktivitas tersebut daripada wirausahawan yang memiliki efikasi diri yang lebih rendah (Li et al., 2020). Shaheen dan Al-Haddad (2018) menunjukkan konsekuensi optimis yang berkaitan dengan *self-efficacy* kewirausahaan pada perluasan perilaku kewirausahaan. Selain itu, efikasi diri kewirausahaan secara khusus memiliki efek konstruktif terhadap pengakuan prospek, pemberlakuan proyek baru, dan tugas kewirausahaan individu. Oleh karena itu, individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi lebih cenderung menciptakan bisnis baru.

Berdasarkan literatur di atas maka hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

H3: *Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior*

2.4.4 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dengan *Entrepreneurial Behavior* melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Pengalaman emosional negatif seorang individu dalam lingkungan yang kompleks dipengaruhi oleh *self-efficacy*, dan cara berpikirnya sendiri akan mempengaruhi respon

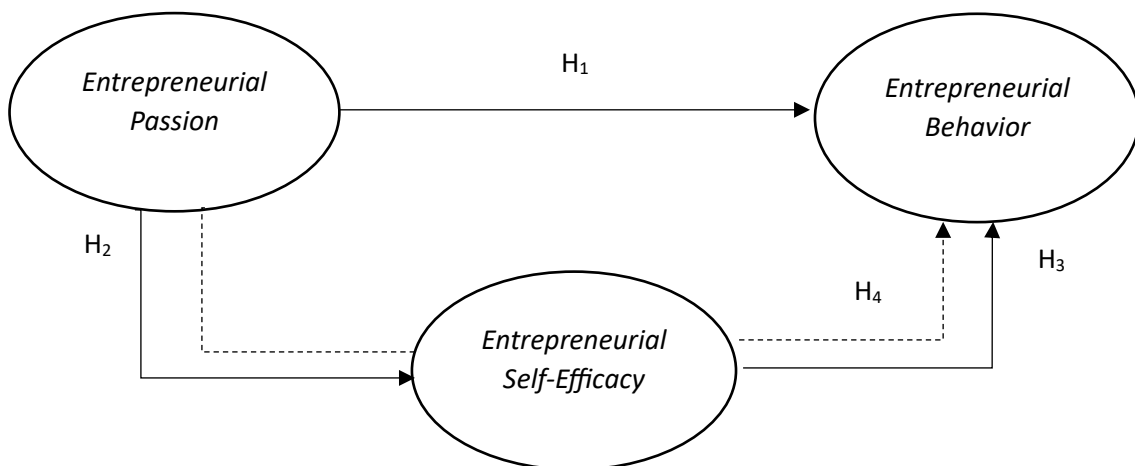
emosionalnya, sehingga dapat mempengaruhi perilakunya (Feng & Chen, 2020). Wirausahawan dengan efikasi diri yang tinggi akan berusaha lebih keras untuk mengatasi kesulitan, sedangkan wirausahawan dengan efikasi diri rendah akan mengurangi usahanya atau bahkan menghentikan perilaku kewirausahaannya saat ini (Santoro et al., 2020). Ketika wirausahawan yang penuh dengan jiwa wirausaha yakin akan kemampuannya sendiri dan percaya bahwa perilaku wirausaha saat ini dapat membawa kinerja perusahaan yang tinggi, maka wirausahawan akan menunjukkan perilaku kegigihan wirausaha yang tinggi.

Perasaan emosi positif yang muncul dari *entrepreneurial passion* akan menumbuhkan rasa percaya diri wirausahawan (Murnieks et al., 2018). Hal tersebut menyebabkan wirausahawan dapat mempelajari keterampilan dan kemampuan apa saja yang sesuai dengan usahanya untuk meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy*. *Entrepreneurial self-efficacy* yang dimiliki oleh wirausahawan akan menentukan *entrepreneurial behavior* selanjutnya (Garaika & Margahana, 2019). Wirausahawan dengan *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi akan lebih berusaha untuk mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan dibandingkan wirausahawan dengan *entrepreneurial self-efficacy* yang rendah.

Entrepreneurial passion berpengaruh terhadap *entrepreneurial self-efficacy* (Li et al., 2020) dan *entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh terhadap *entrepreneurial behavior* (Garaika & Margahana, 2019). Dari penemuan dua hubungan tersebut dapat diasumsikan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* dapat menjadi variabel mediasi antara *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial behavior*. Namun demikian, belum ada literatur yang membahas peran *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel mediasi antara *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial behavior*. Oleh karena itu, berdasarkan literatur di atas, maka hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

H4: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* melalui *entrepreneurial self-efficacy*.

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Cardon et al. (2013); Adeel et al. (2023); Li et al. (2020)

Wirausaha wanita dengan *entrepreneurial passion* yang tinggi akan memiliki *entrepreneurial behavior* yang lebih baik dibandingkan wirausaha dengan *entrepreneurial passion* yang rendah. Wirausaha wanita dengan *entrepreneurial passion* yang tinggi juga akan meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy* pada dirinya. Peran *entrepreneurial self-efficacy* memediasi hubungan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial behavior*. Wirausaha wanita dengan *entrepreneurial passion* yang tinggi dan keyakinan berwirausaha yang baik akan menghasilkan *entrepreneurial behavior* yang tepat sehingga peluang untuk mencapai kesuksesan berbisnis semakin besar.