

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Keberlanjutan usaha pada UMKM di Indonesia kembali menghadapi tantangan setelah dihantam krisis kesehatan global pandemi Covid-19 dan berimplikasi pada terganggunya aktivitas ekonomi UMKM. Secara nasional, data Kementerian Koperasi dan UMKM, mencatat sebanyak 47% UMKM kolaps akibat Covid-19 (Tempo Bisniscom, 2020). Pandemi Covid-19 juga dirasakan berimbas pada sektor UMKM di sejumlah daerah di Indonesia, di antaranya Jawa Tengah. Melalui semarang.bisnis.com, Kepala Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah (2020), Emma Rahmawati menyampaikan bahwa terdapat 3.000 Usaha Kecil & Menengah dan 420 koperasi di Jawa Tengah mulai terdampak karena terganggunya ketersediaan bahan baku dan pemasaran (Suwiknyo, 2020).

Selama pandemi Covid-19 melanda, sebanyak 4.170.852 unit jumlah UMKM sebagai sektor riil di Jawa Tengah menunjukkan realitas yang memprihatinkan. Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jateng menyatakan 26.568 UMKM terancam pailit. Hasil survey menunjukkan sebanyak 7,16% pelaku UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap keberlanjutan usahanya, dan sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan (Rizqi, 2020). Meskipun mengalami penurunan penjualan beberapa UMKM masih bisa mempertahankan usahanya, hal tersebut juga dialami oleh UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Sebelum masa pandemi Covid-19 UMKM sektor makanan dan minuman sangat banyak di Ungaran, Jawa Tengah tetapi saat pandemi Covid-19 melanda satu persatu UMKM tidak bisa mempertahankan usaha yang sudah dibangun, tetapi beberapa UMKM di Ungaran, Jawa Tengah dapat mempertahankan usahanya dan bisa berlanjut hingga sekarang. Oleh karena itu, dibutuhkan tindakan positif untuk menggeliatkan kembali UMKM di Indonesia, agar tingkat pertumbuhan ekonomi bisa membaik.

Keberlanjutan usaha merupakan pencapaian yang memerlukan adanya proses untuk mencapainya karena tidak bisa didapatkan secara instan. Noe *et al.* (2011) menyatakan bahwa keberlanjutan usaha merupakan suatu kondisi yang mengarah pada keberhasilan suatu bisnis untuk bertahan dalam persaingan yang dinamis dilihat dari seberapa baik usaha tersebut memenuhi kebutuhan dari *stakeholder*.

Untuk mengoptimalkan kembali keberhasilan UMKM dalam menghadapi kondisi ini, dibutuhkan beberapa aspek pendukung, salah satunya adalah karakteristik pelaku wirausaha itu

sendiri. Davila *et al.*, (2015) menemukan bahwa kegagalan berwirausaha ini 87% disebabkan oleh internal faktor, sedangkan hanya 13% yang disebabkan oleh faktor eksternal. Penelitian ini lebih fokus dalam menyelidiki faktor internal dari wirausaha, yaitu karakter wirausahawan, dan variabel yang dipilih adalah *passion* berwirausaha. Fenomena tentang *passion* sering dikaitkan dengan kewirausahaan, *passion* dianggap sebagai prasyarat utama dari kesuksesan dalam kewirausahaan karena banyak wirausaha sukses mempercayai kesuksesan terjadi karena *passion* (Stroe, 2017). Chebo and Kate (2018), menyatakan bahwa *passion* kewirausahaan sangat penting dalam proses menciptakan *start-up* dan mampu memengaruhi hasilnya karena mampu menumbuhkan kreativitas dan pengenalan informasi baru. Selain itu, *passion* kewirausahaan juga dapat membantu wirausaha untuk mengatasi hambatan yang wirausaha hadapi di *start-up* usahanya (Biraglia dan Kadile, 2016).

Ada 2 tipe dari *passion* yaitu *obsessive passion* dan *harmonious passion*. *Passion* adalah rasa cinta pada suatu aktivitas sehingga aktivitas tersebut menjadi prioritas seseorang (Vallerand, et al., 2007). Salah satu sikap wirausaha untuk meraih kesuksesan yaitu memiliki *passion* dalam berbisnis (Latief, 2017). Muis (2015) menjelaskan dalam penelitiannya *entrepreneurial passion* menjadi faktor penting pada keberhasilan suatu usaha, untuk mencapai itu dibutuhkan kemampuan bertahan dan tetap menjalankan usaha walaupun mengalami kegagalan karena wirausahawan cinta pada aktivitas yang dilakukannya dan hal tersebut dapat terwujud jika wirausaha memiliki rasa suka terhadap aktivitasnya yaitu kewirausahaan.

Karakter seorang wirausaha yaitu selalu semangat agar usahanya tetap berkembang (Utami & Daryanto, 2016). Wirausaha yang gagal dalam usaha yang sebelumnya harus bisa *move on* ke usaha yang lain ataupun memperbaharui usahanya dengan melihat fenomena di pasar saat ini, dengan memiliki *passion* bisa menjadikan motivasi untuk bangkit lagi (Livano & Herdinata, 2014). Pada penelitian (Monica & Prasetya, 2015) *passion* memiliki peran untuk mempertahankan usahanya karena adanya dorongan semangat serta mengerahkan semua kemampuannya untuk mencapai visinya. Karakter dasar seorang wirausaha adalah selalu mencari peluang, jika wirausaha mulai dari usaha yang baru maka mau untuk belajar memahami usaha baru tersebut dan apabila usaha yang sama mau untuk mencari alternatif baru (Latief, 2017).

*Passion* kewirausahaan diduga bisa berperan pada keberlanjutan usaha. Pada penelitian (Marieska & Meiyanto, 2017) *passion* kewirausahaan berperan dalam pengembangan usaha dan

mendorong para wirausaha mau bersaing dan terus mengembangkan dan memperluas usaha untuk meningkatkan penjualan agar mencapai tujuan usaha. Tetapi menurut (Amir, 2009) orang yang hanya memiliki *passion* yang tinggi tidak memikirkan orientasi masa depan karena hanya akan larut dalam ruang lingkup pekerjaannya, lupa akan waktu, tetapi tidak bisa berkembang. Oleh karena itu *passion* juga harus diiringi dengan faktor pendukung yang lain.

*Passion* kewirausahaan menjadikan para wirausaha selalu berjuang untuk mengembangkan usahanya, dalam penelitian (Pradipta, 2012) menemukan bahwa *passion* kewirausahaan timbul bukan dari keinginan dari dalam tetapi karena kepentingan sosial yaitu tanggung jawab moral terhadap lingkungan dan para karyawan maka dari itu wirausaha selalu memiliki rasa semangat menjalankan usahanya dan berjuang walaupun dalam keadaan sulit. Cardon & Kirk (2015) menyatakan bahwa *passion* kewirausahaan adalah fenomena yang dapat diamati dalam proses bisnis, di mana kurangnya *passion* akan mengarah pada terputusnya koneksi pengusaha, dan berdampak pada gagalnya kewirausahaan. *Passion* kewirausahaan merupakan fundamen untuk memulai bisnis karena merangsang motivasi, meningkatkan aktivitas intelektual, dan memberi makna pada pekerjaan sehari-hari.

Tahap awal untuk mengarahkan dan menciptakan bisnis adalah *passion* di dalam diri. *Passion* adalah kecenderungan kuat terhadap suatu aktivitas di mana seseorang merasa penting dan bersemangat untuk menginvestasikan waktu dan energi secara signifikan (Cardon et al, 2017). Sejumlah riset menunjukkan bahwa *passion* kewirausahaan sebagai aspek utama dari kewirausahaan dan memiliki peran penting dalam penciptaan bisnis, baik dari segi proses, maupun hasil (Karimi 2019). *Passion* kewirausahaan mencerminkan ciri utama yang dimiliki seorang wirausaha yang merupakan hasil dari perilaku wirausaha (Karimi, 2019). Dimensi *passion* kewirausahaan meliputi perasaan positif yang intens dan sentralitas identitas. *Passion* kewirausahaan ini akan membentuk optimisme wirausaha terkait penilaian wirausahawan dan pengambilan keputusan tentang usaha baru mereka (Chen et al, 2017).

*Passion* kewirausahaan membangun keinginan pengusaha untuk bertindak dan berperilaku secara kewirausahaan sehingga bisa mencapai tujuan kewirausahaan (Tasnim, et al, 2014). Pendapat ini didukung sejumlah peneliti lain bahwa *passion* kewirausahaan menciptakan keterlibatan yang kondusif dan berkelanjutan untuk aktivitas bisnis yang mampu memfasilitasi tercapai visi dan performa usaha (Mageau & Vallerand, 2007). *Passion* kewirausahaan dikaitkan dengan perasaan positif dan sikap untuk kegiatan yang penting bagi identitas diri individu

(Huyghe et al., 2016). *Passion* dianggap sebagai jantung kewirausahaan dan dapat menjadi komponen vital tindakan perilaku kewirausahaan serta proses penciptaan bisnis dan keberlanjutannya (Santos dan Cardon, 2019).

Pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha telah dibuktikan oleh banyak bisnis yang berkelanjutan yang dibuat dengan penuh semangat. Penelitian sebelumnya oleh Shrivastava (2019) menyatakan bahwa *passion* kewirausahaan adalah salah satu yang paling penting faktor penentu kinerja manajerial, karena dengan *passion* orang bisa menjadi lebih fokus dan termotivasi. Hasil riset Nawir & Christiani (2019) menunjukkan bahwa *passion* kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan usaha. Temuan Ajum, et al (2021) menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang kuat antara *passion* kewirausahaan dan niat kewirausahaan serta dampaknya pada keberlanjutan usaha. Merieska & Meiyanto (2017) menyatakan bahwa dinamika *passion* kewirausahaan berkontribusi signifikan pada tiga aktivitas kewirausahaan, yakni kreativitas dan pengembangan produk, pendirian usaha, dan keberlanjutan bisnis.

*Passion* kewirausahaan ditunjukkan dengan berkembangnya perasaan positif individu pelaku usaha dan meningkatnya motivasi dalam menghadapi situasi ketidakpastian dan menurunnya sumber daya (Türk dkk., 2020). Apabila seorang wirausaha kehilangan *passion* kemungkinan besar akan berdampak pada usaha yang dijalankannya, karena sudah tidak ada rasa semangat dalam berwirausaha, dan usaha yang sudah dirintis bisa ditinggalkan. *Passion* diidentifikasi sebagai atribut kognitif kritis pengusaha, yang berhubungan untuk keberlanjutan, pertumbuhan dan kesuksesan usaha (Mooradian et al., 2016; Stenholm and Renko 2016).

UMKM dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan UMKM merupakan bagian penting yang sangat mempengaruhi kekuatan dalam perekonomian nasional di Indonesia. Berdasarkan penjelasan yang diberikan di atas sebagai upaya untuk membuka suatu fenomena wirausaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah, maka penelitian ini berusaha memahami pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha. Sehubungan dengan penjelasan dan fenomena di atas, tampaknya masih memerlukan penelitian lanjutan karena masih belum banyak penelitian yang membahas efek *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha. Fokus penelitian ini adalah mencari tahu bagaimana pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.

## Masalah dan Persoalan Penelitian

Persoalan yang ingin diteliti berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah bagaimana pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Terdapat masalah yang dihadapi wirausaha yang gagal dalam mempertahankan usahanya akibat tidak ada *passion* kewirausahaan dalam diri wirausaha. Persoalan dalam penelitian ini dirumuskan, sebagai berikut:

1. Apakah kecenderungan *passion* kewirausahaan pada wirausaha mikro, kecil, dan menengah di Ungaran, Jawa Tengah, lebih condong ke *obsessive passion* atau *harmonious passion*?
2. Apakah *passion* kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah?

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kecenderungan *passion* kewirausahaan pada wirausaha mikro, kecil, dan menengah di Ungaran, Jawa Tengah
2. Untuk mengetahui pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.



## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Keberlanjutan Usaha

Teori keberlanjutan usaha mendeskripsikan mengenai peran kepemimpinan yang membangun suatu usaha (Samuel *et al.*, 2015). Keberlanjutan usaha di sini bukan bersifat instan, melainkan kemampuan wirausaha kecil yang berusaha untuk tetap bertahan hidup dan membuat usahanya berkelanjutan (Cronin *et al.*, 2011). Hal itu mencerminkan bahwa wirausaha dengan karakter kepemimpinan yang konstruktif menciptakan usaha yang berkelanjutan (berumur panjang). Prasyarat mendasar bagi suatu usaha adalah profitabilitas yang merupakan penerapan dampak keberlanjutan usaha. Membangun profitabilitas dan kelangsungan jangka panjang untuk semua bentuk bisnis adalah hal yang penting dan merupakan tujuan dari organisasi. (Horsley *et al.*, 2011).

Teori keberlanjutan usaha digunakan sebagai dasar analisis peneliti dikarenakan teori ini menjelaskan berkaitan dengan pengaruh *passion* wirausaha terhadap suatu keberlanjutan usaha. Penerapan teori yang dikaitkan dengan penelitian ini yaitu dapat dijelaskan bahwa keberlanjutan usaha adalah sebagai akibat dari *passion* kewirausahaan yang dimiliki wirausaha.

### Definisi Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha artinya usaha tersebut dapat berkesinambungan pada generasi ke generasi selanjutnya dan memberikan dampak pada kelangsungan hidup suatu usaha pada generasi penerusnya (Koerniawan & Dewi, 2016). Pada penelitian (Sugiarto, 2018) paduan inovasi dan keberlanjutan usaha dapat mewujudkan usaha jangka panjang dan tetap bertahan di pasar yang dinamis, keberlanjutan usaha adalah keberhasilan suatu usaha untuk tetap bertahan dan eksis pada jangka panjang serta memiliki daya saing kuat. Inovasi dibutuhkan agar para wirausaha dapat terus mengembangkan produknya dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya atau bisa menjadi *first mover* serta memikirkan dampak jangka panjang yang bisa saja terjadi dengan adanya inovasi tersebut mulai dari faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi.

Lightelm (2010) menyatakan ada beberapa faktor yang menjadikan suatu bisnis tersebut dapat bertahan, diantaranya: *compilation of a business plan* (kompilasi rencana bisnis), *regular updating of business plan* (memperbaharui rencana bisnis reguler), *regular analysis of competitor* (menganalisis reguler pesaing), *ease of venturing into a new business* (kemudahan merambah bisnis baru), *not a problem to take calculated risk* (bukan sebuah masalah untuk mengambil risiko yang diperhitungkan).

Keberlanjutan usaha dalam UMKM tidak bisa hanya dinilai dari satu sudut pandang saja, keberlanjutan usaha dapat dicapai jika memenuhi dimensi ekonomi, teknologi, dan juga sosial (Ibrahim, Amanah, S.Gani, & Purnaningsih, 2013).

### **Manfaat Keberlanjutan Usaha**

Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan wirausaha mampu mengambil keputusan secara tepat sehingga usaha dapat terus berkelanjutan (Aribawa, 2016). Hasil tersebut tidak lepas dari manfaat keberlanjutan usaha, seperti yang dilansir dari (Beritasatu, 2016) yaitu:

a. Produktivitas meningkat

Menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.

b. Membuka peluang investasi

Perusahaan yang dapat mengelola keuangan, lingkungan kerja dengan baik dan memiliki sumber daya manusia yang berkesinambungan akan dapat diperhatikan oleh investor untuk berinvestasi di perusahaan.

c. Meningkatkan keuntungan

Keberlanjutan usaha tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.

d. Sumber daya manusia yang berkualitas

Sumber daya manusia yang dikelola secara tepat melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar sehingga dapat bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang lebih baik.

e. Mengefisiensi energi

Pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang saat ini membantu suatu usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang didesain semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem di komputer.

Dalam menjalankan usaha diperlukan strategi yang jelas agar usaha dapat berhasil, usaha yang memperlihatkan strategi yang jelas jika konsisten dengan tujuan jangka panjang sesuai dengan visi dan misi serta memfokuskan seluruh upaya dalam mencapai tujuan tersebut (Burhanuddin, 2004). Menurut (Anonymous, 2004) karakter wirausaha yang berhasil menjalankan usaha secara keberlanjutan adalah :

- 1) Memiliki naluri yang kuat dalam berusaha
- 2) Berdedikasi tinggi pada usaha tersebut
- 3) Dapat melihat keadaan pasar dan cepat tanggap
- 4) Memiliki kemampuan memperoleh dan memanfaatkan informasi
- 5) Memiliki ketrampilan yang dapat menunjang usaha
- 6) Dapat memanfaatkan SDM dan modal yang ada

Merieska & Meiyanto (2017) *passion* kewirausahaan berperan pada pengembangan usaha agar usaha tersebut dapat berlanjut. Keberlanjutan usaha adalah tujuan dari wirausaha dan wirausaha yang mempunyai karakter komitmen dan senantiasa bekerja keras dapat mewujudkannya (Abubakar & Palisuri, 2018). Keberlanjutan usaha juga dapat didefinisikan sebagai konsep melakukan bisnis yang berkomitmen serta menjaga pemeliharaan kesejahteraan masyarakat dan keluarga (Hadiyati, 2017).

#### **Indikator Keberlanjutan Usaha**

Lightelm (2010) memaparkan faktor-faktor penyebab kuat suatu bisnis dapat bertahan dan merupakan indikator dalam keberlanjutan usaha yaitu:

1. *Compilation of a business plan* (kompilasi rencana usaha)

Kompilasi rencana usaha yaitu wirausaha harus memiliki pendokumentasian rencana-rencana usaha yang akan digunakan organisasi agar usaha tetap bertahan dan berkembang sesuai yang direncanakan.

2. *Regular updating of business plan* (Memperbaharui rencana usaha secara berkala)

Memperbaharui rencana usaha secara berkala yaitu wirausaha perlu melakukan pembaharuan secara berkala baik dari strategi, inovasi, pembukuan keuangan, dan pengelolaan kerja untuk menjaga kelangsungan usaha.

3. *Regular analysis of competitor* (Menganalisis pesaing secara berkala)

Menganalisis pesaing secara berkala yaitu wirausaha harus mengetahui keadan di dalam seperti rekan kerja untuk persaingan kerja maupun luar perusahaan agar bisnisnya tetap terjaga dan memenangkan persaingan.

4. *Ease of venturing into a new business* (Kemudahan merambah bisnis baru)

Kemudahan merambah usaha baru yaitu organisasi harus melakukan penambahan usaha baru untuk pengembangan usaha melalui perluasan pasar.



5. *Not a problem to take calculated risk* (Bukan sebuah masalah untuk mengambil risiko yang diperhitungkan)

Berani mengambil risiko untuk mengambil suatu keputusan yang telah diperhitungkan.

Pemanfaatan sarana teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh wirausaha juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha karena di era ekonomi digital saat ini penguasaan TIK dapat meningkatkan akses perdagangan, peluang pengenalan produk lebih luas, dan tantangan baru sehingga pendapatan pun ikut meningkat (Yanti, Amanah, Muldjono, & Asngari, 2018).

### **Definisi *Passion* Kewirausahaan**

*Passion* adalah sebuah dorongan cinta dan semangat yang menggebu untuk mencapai suatu tujuan (Septia, 2016). Menurut Vallerand, et al. (2007) *passion* didefinisikan sebagai keinginan yang besar terhadap aktivitas yang disukai bahkan dicintai dengan memprioritaskan aktivitas tersebut dan memberi waktu hingga tenaga yang lebih. Peneliti di bidang kewirausahaan memaknai *passion* kewirausahaan sebagai perasaan yang kuat, mirip dengan rasa cinta, keterikatan dan kerinduan pada pekerjaan (Baum dan Locke, 2004) dan identitasnya sebagai pengusaha yang mendirikan, mempertahankan dan mengembangkan usahanya (Cardon et al., 2012).

Vallerand, et al., (2007) mengidentifikasi 2 tipe *passion*. Pertama adalah *obsessive passion* yaitu hasil dari *passion* ini membentuk aktivitas internalisasi yang terkontrol dalam identitas seseorang. Internalisasi ini berasal dari tekanan luar dan/atau dalam diri baik karena kontingensi tertentu yang melekat pada aktivitas seperti kepercayaan diri atau karena rasa gembira yang berasal dari keterikatan aktivitas yang menjadi tak terkendali. Seseorang yang mempunyai tipe *obsessive passion* merasa harus terlibat dalam kegiatan yang *passionate*, yang seolah *passion* mengendalikan seseorang. *Obsessive passion* dalam kewirausahaan yang kuat (ekstrim) cenderung menomor satukan bisnisnya daripada melayani orang lain bahkan juga diri sendiri.

Tipe yang kedua adalah *harmonious passion* berasal dari internalisasi otonomi dari aktivitas ke dalam identitas seseorang. Internalisasi ini terjadi ketika seseorang menerima aktivitas sebagai kepentingan mereka tanpa ada keterikatan pada aktivitas tersebut. Pada tipe ini seseorang termotivasi melakukan aktivitas secara sukarela dan ada rasa kemauan dari diri sendiri untuk mengejar aktivitas tersebut. Dengan tipe *passion* ini aktivitas dijalankan secara signifikan tetapi tidak terlalu mempengaruhi identitas diri dan selaras dengan aspek- aspek kehidupan lain

dari seseorang. *Harmonious passion* dalam kewirausahaan yang kuat (ekstrim) mendorong pengusaha tetap menjadi diri sendiri, namun tetap menjalankan, menjaga dan mengembangkan bisnisnya tanpa mengabaikan pelayanan pada orang lain dan diri sendiri.

*Passion* berhubungan erat dengan pekerjaan dan rasa cinta yang saling menyatu, orang yang memiliki *passion* akan memiliki keinginan yang membara, keyakinan kuat, dan disiplin untuk mewujudkan visinya (Amir, 2009). Wirausaha bekerja secara sinergis dengan logika dan rasionalitas untuk mendorong pertumbuhan bisnis (Winnen, 2006).

*Passion* kewirausahaan berperan sejak memulai usaha karena pada saat *start up* melalui banyak rintangan atau permasalahan tetapi masih ada semangat tinggi dan tetap bertahan meski usaha yang dijalani mengalami kesulitan (Septia, 2016). Kemunculan *passion* ditandai adanya emosi positif dan menganggap ada hubungan yang bermakna antara pekerjaan dengan dirinya sehingga mengerjakan sesuatu yang berkaitan dengan hobi atau kegemaran dan akan bekerja dengan serius dan menikmati pekerjaannya (Monica & Prasetya, 2015). *Passion* kewirausahaan mempermudah proses pembentukan bisnis (*start up*) karena wirausaha tidak merasa terbebani dengan apa yang dikerjakan walaupun mengalami kesusahan (Livano & Herdinata, 2014). Penelitian Marieska & Meiyanto (2017) yang meneliti peran *passion* kewirausahaan pada pengusaha muda menemukan bahwa *passion* memiliki peran pada pendirian usaha, pengembangan produk, dan usaha. Pendiri *e-bay* Pierre Omidyar pernah berkata “*If you’re passionate about something and you work hard, then i think you will be successful*”

*Passion* digunakan untuk meningkatkan kinerja dan mengatasi hambatan (Ismail, et al, 2015). Dalam penelitian Muis (2015) walaupun usaha wirausaha pernah mengalami kegagalan tapi itu tidak membuat wirausaha menyerah karena saat menjalankan usaha didasari rasa suka pada kegiatan wirausaha. Kunci kesuksesan adalah bekerja keras pada sesuatu dan untuk melewati semua pekerjaan itu kita harus memiliki gairah pada pekerjaan yang kita lakukan, jika kita tidak yakin dengan apa yang dikerjakan maka akan mengakibatkan rasa kesengsaraan saat mengerjakan kegiatan tersebut (Rosenfeld, 2010).

*Passion* kewirausahaan memberikan efek tidak hanya pada seorang wirausaha itu sendiri tapi bisa memberikan efek ke lingkungan sekitar wirausaha seperti pekerja, konsumen, rekan kerja, dan investor karena mereka memandang wirausaha ini berdedikasi dan berkomitmen pada usahanya (Stroe, 2017). Keuntungan (laba) dari usaha juga bisa menjadi faktor keberlanjutan usaha karena keuntungan yang diterima wirausaha dapat mensejahterakan wirausaha sehingga

wirusaha merasa senang melakukan pekerjaannya dan mau mempertahankan usaha tersebut (Mastuti, 2017), artinya rasa senang melakukan suatu aktivitas berpengaruh pada keberlanjutan usaha.

### **Pengaruh *Passion* Kewirausahaan pada Wirausaha terhadap Keberlanjutan Usaha**

Beberapa penelitian mengenai kewirausahaan telah membahas pencapaian dan tantangan dari pengusaha, praktik hingga saran untuk menjadi sukses (Katz & Green, 2007). Namun, terdapat isu lain yang berkaitan dengan kewirausahaan yaitu pengusaha yang mendirikan usaha dengan *passion* kewirausahaan. Fenomena *passion* paling diamati dari proses kewirausahaan (Baum & Locke, 2004). Collewaert, *et al* (2016) mengemukakan *passion* kewirausahaan merupakan faktor utama untuk kesuksesan dalam berwirausaha. Wirausaha yang memiliki *passion* kewirausahaan merasa senang terhadap identitas mereka sebagai pendiri usaha dan menganggap bahwa menjadi pengusaha merupakan bagian penting dari diri mereka. Penelitian Cardon, *et al* (2013) juga menunjukkan bahwa *passion* dalam berwirausaha benar-benar meningkatkan kreativitas dan ketekunan wirausaha.

Beberapa peneliti mengatakan bahwa *passion* kewirausahaan merupakan bagian inti dari proses kewirausahaan. *Passion* kewirausahaan membangun keinginan wirausaha untuk bertindak dan berperilaku secara kewirausahaan sehingga bisa mencapai tujuan kewirausahaan (Tasnim, *et al*, 2014). Hal ini sejalan dengan pendapat peneliti lainnya bahwa *passion* mampu menciptakan keterlibatan yang kondusif dan berkepanjangan terhadap kegiatan sehingga mampu memfasilitasi pencapaian tujuan dan kinerja (Mageau & Vallerand, 2007).

Vallerand, *et al* (2003) menjelaskan *passion* merupakan kecenderungan yang kuat terhadap suatu aktivitas yang dianggap penting, disukai (bahkan mencintai) di mana mereka akan menginvestasikan waktu dan energi yang dimiliki secara maksimal. Baum dan Locke (2004) terlebih dahulu meneliti mengenai *passion* pada konteks kewirausahaan menyampaikan *passion* merupakan "rasa cinta untuk pekerjaan" dan hal ini diukur dalam emosi cinta, keterikatan, dan kerinduan. Emosi positif maupun negatif dari *passion* memiliki efek yang sangat berpengaruh pada tindakan dan hasil kewirausahaan (Baron, 2008).

Wincent, *et al* (2008) juga menganggap *passion* yaitu perasaan positif yang berpengaruh penting bagi pengusaha. *Passion* pada kewirausahaan berupa perasaan positif yang berperan penting sebagai identitas diri seorang pelaku usaha (Cardon *et al.*, 2013). Pengusaha tahap awal mengembangkan ikatan emosional yang kuat terhadap usaha baru untuk mencapai tujuan proses

menciptakan dan mempertahankan sebuah usaha (Wicker & Davidson, 2015). Sejalan dengan hal ini penelitian lain menunjukkan bahwa wirausaha memiliki perasaan yang kuat seperti cinta terhadap usaha (Cardon et al., 2012).

Winnen (2005) lebih lanjut menyatakan *passion* kewirausahaan memengaruhi wirausaha dalam melihat kesempatan, misi, visi, keputusan, ketekunan, dan perencanaan. *Passion* kewirausahaan diduga berpengaruh terhadap pertumbuhan sebuah usaha. Cardon et al (2012) berpendapat *passion* dapat mendorong pencapaian peluncuran produk baru dan layanan. *Passion* kewirausahaan meningkatkan motivasi wirausaha tahap awal untuk bekerja keras guna mencapai tujuan akhir tertentu (Murnieks, et al, 2014). Drnovsek et al (2009) menyatakan wirausaha harus memiliki *passion* agar dapat membuat usaha tetap bertahan sehingga bisa mengatasi hambatan dan memenangkan persaingan. *Passion* dikaitkan dengan kreativitas yang seharusnya membantu mengatasi hambatan dalam proses (Sasser & Koslow, 2012).

Cardon et al (2009) menjelaskan apabila *passion* berkurang maka dapat menyebabkan kegagalan. Hal ini didukung oleh Vallerand et al (2003) bahwa konsep *passion* berperan penting pada diri seseorang yang menjadikan hidup lebih berarti, kinerja yang ideal, dan bisa menghadapi kesulitan serta kemunduran. Penelitian lain (Mitteness et al., 2012) mendukung bahwa wirausaha yang memiliki *passion* kewirausahaan lebih berhasil daripada pengusaha yang tidak menunjukkan *passion* kewirausahaan. Parastuty, et al (2015) menemukan bahwa wirausaha dapat meninggalkan usahanya dengan alasan dirinya tidak memiliki *passion* lagi untuk menjalankan usaha, oleh karena itu *passion* kewirausahaan dapat mencegah pengusaha tahap awal yang akan meninggalkan usahanya tersebut (Wicker & Davidson, 2015).

#### Hipotesis Penelitian

Ho : Tidak ada pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.

Ha : Terdapat pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.



## **METODE PENELITIAN**

### **Desain dan Jenis Penelitian**

Menurut Creswell (2016) desain penelitian adalah sebuah model yang dipakai dalam suatu penelitian sesuai dengan tujuan dan hipotesis penelitian, serta membantu peneliti mendapatkan arah jalannya penelitian. Desain yang dipakai pada studi ini yaitu desain dengan metode kuantitatif. Sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2018) bahwa pendekatan kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivism*.

Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti sekelompok populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data. Analisis data diolah secara kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian. Arikunto (2016) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode dengan menggunakan perhitungan angka, diawali dari proses pengumpulan data, penafsiran data, diakhiri dengan penampilan hasil akhir penelitian.

Jenis penelitian dalam penelitian adalah kuantitatif asosiatif. Sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2019) bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat mempertanyakan suatu korelasi antara dua variabel atau lebih, di mana korelasi yang digunakan adalah korelasi kausalitas. korelasi kausalitas adalah korelasi sebab akibat, terdiri atas variabel *independent* (variabel bebas) dan variabel *dependent* (variabel terikat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *passion* kewirausahaan (variabel bebas) terhadap keberlanjutan usaha (variabel terikat) pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.

### **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih 3 (tiga) bulan. Waktu tersebut untuk mencari informasi dan data yang dibutuhkan, melengkapi data, mengumpulkan data penelitian, melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing, menyusun proposal penelitian, menyebar instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden terpilih, mengolah data hasil penelitian, menyusun skripsi, diakhiri dengan melaksanakan ujian skripsi.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wirausaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi merupakan sebuah wilayah terdiri dari objek/subjek yang memiliki karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Sugiyono (2019) menambahkan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti



dan dimiliki oleh populasi objek tersebut. Jika populasi dalam penelitian cukup besar dan tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan karakteristik yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat mengambil sebuah sampel dari populasi tersebut tetapi sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar sampel yang mewakili.

Besarnya sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden penelitian

N = Jumlah populasi penelitian

E = Presentase kekeliruan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerans e = 0,1

Mengacu kepada Rumus Slovin terdapat ketentuan berikut ini:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang bisa diambil dari Rumus Solvin antara 10-20% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam studi ini sebanyak 137 pengusaha, sehingga presentase kelonggaran yang dipakai adalah 20%, di mana hasil perhitungan bisa dibulatkan untuk mendapat kesesuaian angka. Untuk menentukan jumlah sampel pada riset ini, perhitungan yang dilakukan adalah:

$$n = \frac{137}{1 + 137 (0.2)^2}$$

$$n = \frac{137}{6.48} = 21.14 \text{ digenapkan menjadi } 22 \text{ responden}$$

Sesuai dengan hasil perhitungan Slovin, sampel penelitian dalam studi ini adalah 22 orang atau sekira 12% dari total pengusaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Hal ini dilakukan untuk memudahkan proses olah data dan untuk mendapatkan hasil pengujian yang lebih maksimal. Teknik pemilihan sampel penelitian memakai *purposive sampling*, untuk memilih responden dengan karakteristik tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam riset ini adalah

pengusaha UMKM bidang kuliner di Ungaran yang telah menjalankan usaha selama minimal 3 tahun.

## **Sumber data & Teknik Pengumpulan data**

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

#### **a. Data Primer**

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa data primer yaitu sumber data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari objek yang diteliti.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung seperti jurnal, majalah, buku, data statistik maupun data internet yang berhubungan dengan masalah penelitian. Selain itu, data juga dapat diperoleh dalam bentuk yang sudah dipublikasikan yang tersedia di perusahaan seperti literatur, *company profile*, maupun jurnal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* yaitu dalam proses pengumpulan data hanya dilakukan dengan satu periode waktu tertentu, yang berarti ketika menyebar kuesioner hanya dilakukan satu kali saja dan tidak berulang (Husein, 2013).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer dari sampel selanjutnya kuesioner dikumpulkan dan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Kuesioner yang digunakan mengharuskan responden untuk memilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang sudah tersedia dan setiap jawaban memiliki skor nilai dengan skala ordinal untuk mengetahui respon yang diberikan oleh masing-masing sampel.

Skala yang digunakan adalah skala likert yang lebih lanjut dijelaskan oleh Juliansyah (2012) merupakan teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengidentifikasi tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan terhadap masing-masing pernyataan yang disajikan. Skala skor likert yang digunakan yaitu dari angka 1 (Sangat Tidak Setuju), angka 2 (Tidak Setuju), angka 3 (Netral), angka 4 (Setuju), dan angka 5 (Sangat Setuju).

### **Operasionalisasi Variabel**

Nazir (2011) mendefinisikan operasionalisasi variabel merupakan penarikan sebuah batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari variabel (yang diungkap dalam definisi konsep), variabel tersebut akan diteliti dengan tujuan dapat

memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel tersebut. Penelitian ini menggunakan keberlanjutan usaha sebagai variabel terikat. dan variabel *passion* kewirausahaan sebagai variabel bebas

1. Variabel *Dependent* (variabel terikat).

Variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).

Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keberlanjutan usaha, keberlanjutan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, di mana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha.

2. Variabel *Independent* (variabel bebas).

Variabel *independent* adalah variabel yang memengaruhi atau variabel yang menjadi sebab timbulnya suatu variabel *dependent* atau terikat. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *passion* kewirausahaan yaitu individu kesulitan mengontrol diri mereka, mereka tidak dapat mengendalikan waktu, pikiran dan tenaganya dalam menjalankan usaha.

### **Metode Analisis**

Menurut Sugiyono (2019) metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian yang telah diperoleh dan ditarik suatu kesimpulan. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dari kerangka pemikiran teoritis yang telah dipaparkan adalah analisis kuantitatif dengan alat regresi sederhana.

### **Analisis Regresi Sederhana**

Sugiyono (2019) mengungkapkan analisis regresi sederhana dipakai jika peneliti bertujuan memprediksikan kondisi suatu variabel *dependent* (yang dipengaruhi), dan variabel *independent* (yang mempengaruhi) sebagai faktor prediktornya di manipulasi (dinaik turunkan nilainya). Menurut Ghazali (2018) menyatakan bahwa regresi linier sederhana yaitu untuk menguji antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Fungsi regresi berkaitan erat dengan uji korelasi (*korelasi pearson*), agar didapatkan suatu nilai pemikiran yang baik dan efisien dari persamaan regresi sederhana, maka di dalam analisis data tersebut harus memenuhi beberapa uji asumsi klasik (olah data komputerisasi dengan program SPSS 26 for Windows). Penelitian ini regresi linier sederhana digunakan untuk menguji seberapa besar hipotesis pengaruh *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon_i$$

Keterangan:

- Y = Keberlanjutan Usaha  
X = *Passion* Kewirausahaan  
 $\beta_0$  = Konstanta  
 $\beta_1$  = Koefisien regresi *Passion* Kewirausahaan  
 $\varepsilon_i$  = Standard error

## Rancangan Analisis

### Uji Analisis Deskriptif

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa uji statistik deskriptif merupakan uji statistik yang dapat digunakan oleh peneliti untuk menganalisis suatu data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang melalui proses pengumpulan data sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk membuat sebuah kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penyajian data yang telah diklasifikasi tersebut disajikan melalui *mean* (M), *median* (Me), *modus* (Mo), standar deviasi, tabel distribusi frekuensi, dan tabel kecenderungan setiap variabel.

#### a. Mean, Median, Modus, dan Standar Deviasi

Mean ialah nilai rata-rata yang diperoleh dengan menambahkan semua nilai pada data kemudian dibagi dengan jumlah frekuensi. Median ialah sebuah metode untuk menjelaskan kelompok data yang sudah terurut mulai terkecil hingga terbesar. Modus ialah nilai yang dominan muncul. Standar Deviasi ialah ukuran sebuah persebaran data karena mempunyai nilai sama dengan satuan data dan nilai tengahnya Sugiyono (2019).

#### b. Tabel Distribusi Frekuensi

Prosedur menentukan tabel distribusi frekuensi yaitu, menetapkan jumlah kelas interval  $k = 1 + 3,3 \log n$ , menghitung rentang data: nilai maksimum-nilai minimum, dan menghitung panjang kelas: rentang data: jumlah kelas.

#### c. Tabel Kecenderungan Setiap Variabel

- 1) Kategori tinggi, seluruh responden yang memiliki skor  $X > (M_i + 1.SD_i)$
- 2) Kategori sedang, seluruh responden yang memiliki skor  $M_i - 1.SD_i < X < (M_i + 1.SD_i)$
- 3) Kategori rendah, seluruh responden yang memiliki skor  $X < M_i - 1.SD_i$ .

Kecenderungan studi dari responden terhadap variabel penelitian mengacu pada kategori tinggi, sedang, dan rendah agar bisa diidentifikasi seluruh deskripsi setiap variabel yang diteliti.

### Uji Kualitas Data

Untuk mengukur ketepatan (valid) dan keandalan (reliable) suatu data kuesioner diperlukan alat ukur penelitian, yang dimana alat pengukur dalam penelitian harus dilakukan beberapa uji yaitu: uji validitas dan uji reliabilitas.

#### a. Uji Validitas

Menurut Azwar (2012) validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana skala akurasi dari suatu tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Menurut Sugiyono (2018) hasil dari penelitian yang sah adalah jika terdapat sebuah kesamaan pada data yang telah terkumpul dengan data yang ada sesungguhnya pada objek yang diteliti. Lebih lanjut lagi menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan didalam penelitian untuk mengukur kevaliditasan suatu kuesioner dalam penelitian. Suatu kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan-pernyataan dalam kuesioner mampu menunjukkan dengan baik objek yang akan diukur oleh kuesioner dalam penelitian tersebut.

#### b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa reliabilitas bersangkutan dengan derajat konsistensi dan stabilitas dari data atau temuan penelitian. Lebih lanjut Imam Ghazali (2018) mengungkapkan uji reliabilitas instrument sebagai alat pengukuran suatu kuesioner yang merupakan skala dari variabel yang diteliti. Suatu kuesioner yang disebar dikatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang dikutip dari Azwar (2012) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir/item



$V_i^2$  = varian total

Ghozali (2018) mengungkapkan bahwa Alpha cronbach's dapat diterima jika  $> 0,6$ . Semakin dekat alpha cronbach's dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Uji reliabilitas ini diolah menggunakan *software* SPSS 25.0 for Windows.

### Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik menurut Gujarati & Porteri (2013) adalah untuk memastikan bahwa suatu hasil dari penelitian adalah valid atau sah dengan data yang digunakan secara teoritis adalah tidak bias, stabil dan penaksiran pada koefisien regresinya efisien. Uji asumsi klasik merupakan uji yang mengukur suatu indikasi ada atau tidaknya penyimpangan data yang diteliti melalui hasil distribusi, korelasi, dan varian indikator-indikator dari variabel. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Namun uji autokorelasi di dalam penelitian ini tidak digunakan karena data yang di observasi tidak berurutan sepanjang waktu (*time series*).

#### a. Uji Normalitas

Gunawan (2020) mengungkapkan uji distribusi normal adalah uji yang dilakukan di dalam penelitian untuk mengetahui dan mengukur apakah ada data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak terdistribusi normal dan apakah data tersebut berasal dari populasi yang berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik (*statistik inferensial*). Menurut Ghozali (2017) suatu model regresi yang baik harus memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan metode *one sample kolmogorov smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *one sample kolmogorov smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

#### Uji Hipotesis

Sugiyono (2018) mengartikan hipotesis sebagai sebuah jawaban yang bersifat sementara mengenai sebuah rumusan masalah dalam studi yang dinyatakan ke dalam bentuk kalimat pertanyaan ataupun pernyataan.

## Uji Statistik t

Menurut Ghazali (2017) uji statistik t berguna untuk mengukur pengaruh antara variable bebas dengan variabel terikat dengan asumsi variable bebas adalah konstan. Kriteria pengujian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu: *passion* kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha yaitu:

- Apabila probabilitas < taraf signifikansi 5% atau 0,05; Maka Ho ditolak (ada pengaruh yang signifikan)
- Apabila probabilitas > taraf signifikansi 5% atau 0,05; Maka Ho diterima (tidak ada pengaruh yang signifikan)

Apabila hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Ho ditolak, artinya variabel independen yang terdiri atas *passion* kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Apabila Ho diterima, ini membuktikan bahwa variabel *passion* kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan usaha.

## Koefisien Determinan (Adjusted R2)

Analisis koefisien determinasi diungkapkan oleh Ghazali (2017) merupakan koefisien determinasi yang pada intinya bertujuan untuk mengukur tinggi kemampuan sebuah model untuk menjelaskan variasi pada variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel *dependent* yang diteliti amat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) memiliki arti bahwa variabel *independent* mendukung hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*.

Dalam riset ini, koefisien determinasi dipakai untuk mengetahui kemampuan variabel *passion* dalam menerangkan variasi variabel dependent yaitu Keberlanjutan Usaha. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi digunakan rumus berikut:

$$Kd = r_1^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r<sup>2</sup> = Koefisien korelasi

Indikator empiris konsep *passion* kewirausahaan dan keberlanjutan usaha dirumuskan sebagai berikut:

**Tabel 1 Indikator Empiris**

No	Definisi	Indikator Empiris
1	<p><i>Passion</i> Kewirausahaan</p> <p>Keinginan yang besar terhadap aktivitas usaha yang disukai bahkan dicintai dengan memprioritaskan aktivitas usaha tersebut dan memberi waktu hingga tenaga yang lebih (Cardon et al., 2012; Vallerand et al., 2007; Baum &amp; Locke, 2004)</p>	<p>IE1. Menjalankan usaha dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya pada dirinya</p> <p>IE2. Menjadikan aktivitas usaha sebagai prioritas utama dalam hidup</p> <p>IE3. Melakukan pekerjaan atau bisnis dengan penuh rasa cinta</p> <p>IE4. Melakukan investasi yang besar untuk usaha yang dijalani, seperti tenaga, pikiran, waktu, dan biaya</p>
2	<p><i>Obsessive Passion</i></p> <p>Keterlibatan pengusaha dalam pekerjaan karena alasan harga diri atau yang disebut keuntungan sekunder (Birkeland, Richardsen, &amp; Dysvik, 2017; Vallerand et al., 2007).</p>	<p>IE5. Melibatkan diri secara total dalam menjalankan usaha untuk meraih tujuan</p> <p>IE6. Selalu terikat dengan aktivitas bisnis yang dijalani dan tidak memiliki minat terhadap aktivitas lain</p> <p>IE7. Merasa puas, senang, dan bangga ketika menjalankan usaha</p>

<p>3</p>	<p><i>Harmonious Passion</i></p> <p>Kemampuan mengendalikan pekerjaan dan aktivitas lain sehingga dapat dengan bebas mencurahkan waktu dan energi untuk pekerjaannya dan bekerja dengan kemauan dari diri sendiri (Birkeland, Richardsen, &amp; Dysvik, 2017; Vallerand et al., 2007).</p>	<p>IE8. Menjalankan usaha yang disukainya dengan tenang, santai, tanpa paksaan, dan tanpa terbebani</p> <p>IE9. Melakukan aktivitas usaha dengan aktivitas pribadi lainnya dengan selaras dan seimbang</p> <p>IE10. Menjalankan usaha yang disukai dengan menikmati, menyukai, dan bahagia dengan usahanya.</p>
<p>4</p>	<p>Keberlanjutan Usaha</p> <p>Usaha tersebut dapat berkesinambungan pada generasi ke generasi selanjutnya dan memberikan dampak pada kelangsungan hidup suatu usaha pada generasi penerusnya (Koerniawan &amp; Dewi, 2016).</p>	<p>IE11. <i>Compilation of a business plan</i> (melakukan kompilasi rencana pengembangan usaha)</p> <p>IE12. <i>Regular updating of business plan</i> (memperbaharui rencana usaha secara konsisten)</p> <p>IE13. <i>Regular analysis of competitor</i> (menganalisis perusahaan pesaing secara teratur)</p> <p>IE14. <i>Ease of venturing into a new business</i> (melakukan perkembangan dan inovasi dalam merambah usaha baru)</p> <p>IE15. <i>Not a problem to take calculated risk</i> (memiliki keberanian untuk mengambil risiko yang sudah diperhitungkan)</p>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANNYA

### Deskripsi Hasil Penelitian

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *random sampling* yaitu sampel yang dapat diambil secara acak dengan menyebarkan kuesioner yang telah dibuat dan memenuhi indikator-indikator yang sudah ditentukan.

Bagian ini akan disajikan deskripsi data dari masing-masing variabel berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel yang akan dianalisis sebanyak 32 sampel.

**Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Passion</i> Kewirausahaan	0,60	10,60	7,0938	2,96212
Keberlanjutan Usaha	3,67	4,80	4,3881	,30636
Fluktuasi Bisnis di masa pandemi covid- 19	1,00	4,00	1,9687	,89747

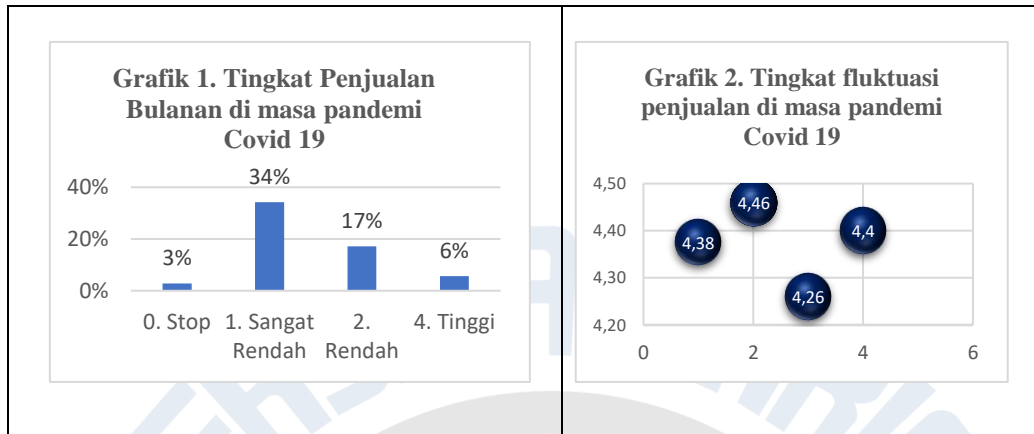
Berdasarkan tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa jumlah data (*N*) sebanyak 32. Variabel *passion* kewirausahaan memiliki skor terendah (*minimum*) sebesar 0,60 dan skor tertinggi (*maximum*) sebesar 10,60. Skor rata-rata (*mean*) variabel *passion* kewirausahaan sebesar 7,093 lebih tinggi dari titik tengah yaitu 6 ini menunjukkan kecenderungan responden ke arah *harmonious passion*. Hal ini selaras dengan budaya jawa yang lebih mengutamakan keharmonisan baik dalam diri sendiri maupun dalam hubungan dengan sesama. Standar deviasi (*std. Dev*) sebesar 2,962 yang berarti ukuran penyebaran data pada variabel *passion* sebesar 2,962 dari 32 sampel yang digunakan.

Variabel keberlanjutan usaha memiliki skor terkecil (*minimum*) sebesar 3,67 skor tertinggi (*maximum*) sebesar 4,80. Skor rata-rata (*mean*) variabel keberlanjutan usaha sebesar 4,388 dan standar deviasi (*std. Dev*) sebesar 0,306 yang berarti ukuran penyebaran data pada variabel keberlanjutan usaha sebesar 0,306 dari 32 sampel yang digunakan.

Fluktuasi bisnis memiliki skor terkecil (*minimum*) sebesar 1,00 skor tertinggi (*maximum*) sebesar 4,00. Fluktuasi bisnis merupakan sisi lain dari keberlanjutan usaha. Jika skor rata-rata (*mean*) fluktuasi bisnis rendah (1,968) mencerminkan keberlanjutann usaha tinggi, dan standar



deviasi (*std. Dev*) sebesar 0,897 yang berarti ukuran penyebaran data pada variabel keberlanjutan usaha sebesar 0,897 dari 32 sampel yang digunakan.



Penelitian ini dilakukan pada saat masa pandemi covid-19 yang bisa mengganggu keberlanjutan usaha dari sisi penjualan (grafik 1) dengan tingkat fluktuasi yang tinggi (grafik 2). Perusahaan sampel yang dapat bertahan tingkat penjualannya hanya 40%. Satu pengusaha (3%) menghentikan operasinya di masa pandemi Covid 19. Perusahaan sampel yang masih beroperasi 34% tingkat penjualannya sangat rendah (di bawah 40%) dan 17% rendah (antara 40% – 60%). Namun ada dua perusahaan (6%) yang penjualannya justru meningkat

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sebuah kesahan kuesioner dalam menunjang data dalam penelitian. Selain itu, untuk mengetahui instrumen dalam kuesioner dapat mendukung untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian atau tidak. Cara untuk menguji validitas adalah dengan melakukan analisis korelasi antara setiap elemen pertanyaan dengan total nilai variabel, yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ ,  $n$  merupakan jumlah sampel. Untuk menguji pertanyaan pada kuesioner atau indikator valid atau tidak dapat dilihat nilai pada *corrected item-total correlation* dengan syarat sebagai berikut :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, serta nilai yang dihasilkan positif maka indikator dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka indikator dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Passion Kewirausahaan</b>	Indikator 1	0,390	0,349	Valid
	Indikator 2	0,560	0,349	Valid
	Indikator 3	0,548	0,349	Valid
	Indikator 4	0,355	0,349	Valid
	Indikator 5	0,360	0,349	Valid
<b>Keberlanjutan Usaha</b>	Indikator 6	0,454	0,349	Valid
	Indikator 7	0,402	0,349	Valid
	Indikator 8	0,553	0,349	Valid
	Indikator 9	0,691	0,349	Valid
	Indikator 10	0,747	0,349	Valid
	Indikator 11	0,673	0,349	Valid
	Indikator 12	0,365	0,349	Valid
	Indikator 13	0,507	0,349	Valid
	Indikator 14	0,639	0,349	Valid
	Indikator 15	0,567	0,349	Valid
	Indikator 17	0,722	0,349	Valid
	Indikator 18	0,733	0,349	Valid
	Indikator 19	0,521	0,349	Valid
	Indikator 20	0,382	0,349	Valid
	Indikator 21	0,613	0,349	Valid

Berdasarkan Tabel 4.2 indikator-indikator pada hasil olah data yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel dengan jumlah sampel sebanyak 32 orang dan  $\alpha = 5\%$  ditemukan r tabel sebesar 0,349, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid.

## Uji Reliabilitas

Azwar (2012) menjelaskan bahwa reliabilitas berkaitan dengan ketepatan instrumen dalam mengukur apa yang diteliti, ketepatan hasil pengukuran dan tingkat akurasi bila dilakukan pengukuran kembali.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan cara *one shoot* atau hanya sekali dalam melakukan pengukuran dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Sebuah variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0.60$  (Siyoto & Sodik, 2015).

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

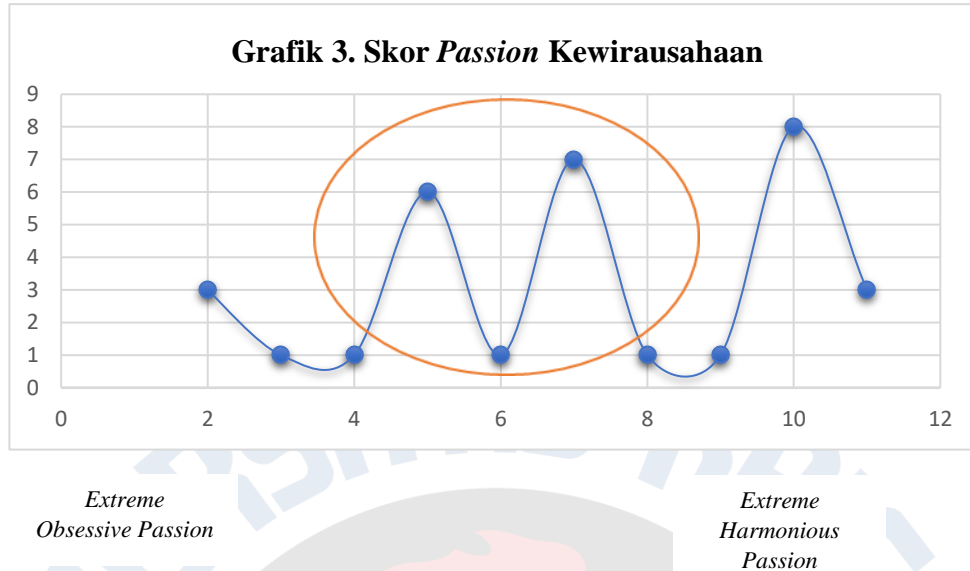
Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Passion</i> kewirausahaan	0,745	Reliabel
Keberlanjutan Usaha	0,837	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3, dari hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel baik variabel bebas dan variabel terikat mempunyai *cronbach alpha* di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan layak untuk pengujian berikutnya.

### **Kecenderungan *Passion* Kewirausahaan pada Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah**

*Passion* kewirausahaan para pengusaha di Ungaran, Jawa Tengah pada umumnya berada di tengah-tengah tidak ada kecenderungan kiri (*obsessive passion*) maupun kecenderungan kanan (*harmonious passion*) yang ekstrim, seperti yang ditunjukkan pada grafik 3. Pada analisis selanjutnya, variabel *passion* kewirausahaan tidak dibedakan, dan analisis dilakukan dengan memberlakukan persepsi responden terhadap *passion* sebagai satu kesatuan data.

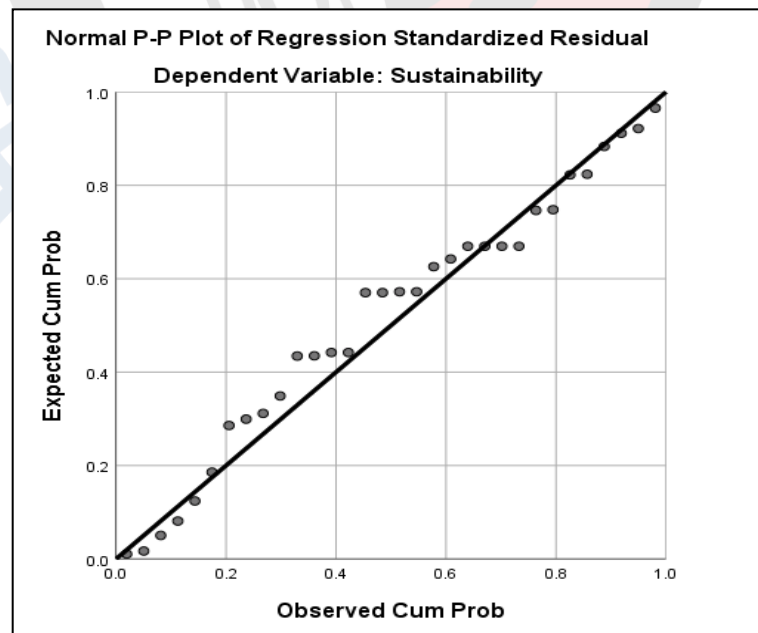


### Pengaruh *Passion* Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Usaha pada UMKM

#### Uji Asumsi

Uji Normalitas merupakan bentuk pengujian normal atau tidaknya pendistribusian nilai residual. Model persamaan regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk mendeteksi data terdistribusi normal dapat menggunakan P-P plot atas data residual dari persamaan regresi sebagai berikut.

Grafik 4. Uji Normalitas



Berdasarkan grafik 4. data berfluktuasi di sekitaran garis lurus. Hal ini berarti bahwa nilai residual berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Secara umum analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menggambarkan hubungan linear dari beberapa variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *passion* kewirausahaan. Sedangkan variabel *dependent* pada penelitian ini adalah keberlanjutan usaha. Hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0: \beta = 0$$

$$H_a: \beta \neq 0$$

Penelitian ini menggunakan nilai  $\alpha = 5\%$ .

Adapun hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 4.3:

**Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear sederhana**

Variabel Independen	Koefisien Regresi B	Sig
Konstanta	4,012	0,000
<i>Passion</i> Kewirausahaan	0,053	0,003

Variabel dependen: keberlanjutan usaha

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas, maka persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\text{Keberlanjutan Usaha} = 4,012 + 0,053 \text{ Passion Kewirausahaan}$$

Adapun penjelasan persamaan model regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 4,012 menunjukkan bahwa apabila variabel *passion* bernilai nol (0), maka keberlanjutan usaha akan meningkat sebesar 4,012.
  - a. *Passion* mempunyai koefisien regresi sebesar 0,053; dengan *level of significant* 0,003 (lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Artinya: variabel *passion* kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha.
  - b. Koefisien regresi sebesar 0,053 berarti, apabila skor *passion* kewirausahaan meningkat satu satuan maka skor keberlanjutan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,053.

Nilai  $R^2$  yang dihasilkan pada uji regresi disebut sebagai koefisien determinasi, yang menyatakan besar kecilnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian perubahan



yang terjadi pada variabel terikat sebagai akibat dari varian perubahan variabel bebas. Nilai  $R^2$  terletak di antara 0 dan 1. Makin besar nilai  $R^2$  mendekati angka 1, maka makin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian perubahan pada variabel terikat. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,725	0,525	0,492

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,525, artinya perubahan variabel *passion* kewirausahaan dapat menjelaskan 49,2% perubahan variabel keberlanjutan usaha. Sebanyak 50,8 perubahan variable keberlanjutan usaha dijelaskan oleh variable lain, misalnya stabilitas ekonomi dan daya saing perusahaan.

### **Pembahasan**

#### **Kecenderungan *Passion* Kewirausahaan pada Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Hasil analisis dari grafik 3 para pengusaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah tidak memiliki kecenderungan *passion* yang ekstrim ke arah kanan (*harmonious passion*) maupun ke arah kiri (*obsessive passion*). *Passion* pada pengusaha mikro, kecil, dan menengah di Ungaran, Jawa Tengah berada di tengah-tengah. Tabel 4.1 menunjukkan skor rata-rata (*mean*) variabel *passion* kewirausahaan sebesar 7,093 lebih tinggi dari titik tengah yaitu 6 ini menunjukkan kecenderungan responden ke arah *harmonious passion* tetapi tidak ekstrim karena hanya condong ke kanan sebesar 1,093 dari titik tengah.

#### **Pengaruh Variabel *Passion* Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Usaha**

Hasil regresi membuktikan bahwa *passion* kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemi Covid-19, dimana penjualan perusahaan cenderung menurun dengan fluktuasi yang tinggi, namun demikian pengaruh *passion* kewirausahaan tetap positif dan signifikan, sama dengan penelitian Narir & Christiani (2019) yang dilakukan pada masa normal.

*Passion* kewirausahaan yang merupakan faktor utama untuk kesuksesan dalam berwirausaha. Pengusaha yang memiliki *passion* kewirausahaan adalah pengusaha yang merasa senang terhadap identitas mereka sebagai pendiri usaha dan menganggap bahwa menjadi pengusaha merupakan bagian penting dari diri mereka. *Passion* kewirausahaan membentuk

keinginan para wirausaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah untuk bertindak dan berperilaku secara kewirausahaan untuk mencapai tujuan usaha. Hal ini senada dengan pendapat Mageau & Vallerand (2007) bahwa *passion* mampu menciptakan keterlibatan yang kondusif dan berkepanjangan terhadap kegiatan sehingga mampu memfasilitasi pencapaian tujuan dan kinerja.

Para wirausaha di Ungaran, Jawa Tengah akan menginvestasikan waktu dan energi yang dimiliki secara maksimal karena kegiatan ini merupakan suatu aktivitas yang dianggap penting dan disukai bahkan dicintai terlihat dari skor rata-rata variabel *passion* ( tabel 4.1) sebesar 7,093 yang lebih tinggi dari titik tengah yaitu 6. Baum dan Locke (2004) yang telah lebih dahulu meneliti mengenai *passion* pada konteks kewirausahaan menyampaikan *passion* merupakan "rasa cinta untuk pekerjaan" dan hal ini diukur dalam "emosi cinta, keterikatan, dan kerinduan". Emosi yang berkaitan dengan *passion* dari hasil penelitian ini merujuk pada emosi positif memiliki efek yang mendalam pada tindakan dan hasil kewirausahaan (Baron, 2008), yaitu keberlanjutan usaha.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Cardon, *et al* (2013) yang menunjukkan bahwa *passion* dalam berwirausaha benar-benar meningkatkan kreativitas dan ketekunan wirausaha juga oleh Shilvastra (2019) yang menyatakan bahwa *passion* memiliki pengaruh yang signifikan untuk wirausaha pada keberlanjutan usaha.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa *passion* merupakan prediktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. Proporsi *passion* kewirausahaan para wirausaha perusahaan cenderung memberikan dampak pengaruh yang baik karena kecintaannya akan dunia usaha. Maka dapat disimpulkan bahwa *passion* kewirausahaan mempengaruhi keberlanjutan usaha pada UMKM di Ungaran, Jawa Tengah.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan analisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana yang telah dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Tidak terdapat kecenderungan ke arah *harmonious passion* maupun *obsessive passion* pada diri wirausaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah. *Passion* kewirausahaan pada wirausaha mikro, kecil, dan menengah di Ungaran cenderung berada di tengah-tengah.
2. *Passion* kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberlanjutan usaha para wirausaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, maka saran yang akan diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti terkait tentang keberlangsungan dan kinerja usaha pada wirausaha berkarakter *obsessive passion* dan juga berkarakter *harmonius passion*.

2. Secara Metodologis

Responden dari penelitian ini yaitu orang jawa yang mengedepankan harmonisasi sesuai dengan budaya jawa. Hasil peneltian ini dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan wirausaha di wilayah yang budayanya lebih mementingkan diri sendiri untuk menguji apakah ada perbedaan pengaruh *harmonious passion* dan *obsessive passion* terhadap keberlanjutan usaha.

3. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi para pengusaha UMKM di Ungaran, Jawa Tengah agar tetap menjalani setiap usaha dengan rasa cinta pada pekerjaannya, menyukai, menikmati, dan menjadikannya sebagai salah satu *passion* dalam hidup agar usaha yang dijalani semakin berkembang dan bertahan dalam persaingan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjum, Temoor, Petra Heidler, Azadeh Amoozegar, and Rao Tahir Anees. 2021. The Impact of Entrepreneurial Passion on the Entrepreneurial Intention; Moderating Impact of Perception of University Support. *Administrative Sciences* 11: 45. <https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saiffudin. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. 2008. The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33, 328-340.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. 2004. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Biraglia, A. & Kadile, V. 2016. The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, Vol. 55, No. 1, pp. 170–188. doi:10.1111/jsbm.12242.
- Cardon, M. S., D. A. Gregoire, C. E. Stevens, & P. C. Patel. 2012. “Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations and Scale Validation,” *Journal of Business Venturing* 28(3), 373–396.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. 2013. Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373-396.
- Cardon, Melissa S., and Colleen P. Kirk. 2015. Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 39: 1027–50.
- Chebo, A.K. and Kute, I.M. 2018. Uncovering the Unseen Passion: A Fire to Foster Ambition Toward Innovation. *World Journal of Entrepreneurship, Management, and Sustainable Development*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0013>.
- Chen, Y., Zhou, X., Yang, G., Bao, J & Wang, G. 2017. Social Networks as Mediator In Entrepreneurial Optimism and New Venture Performance. *Social Behavior and Personality*, 2017, 45(4), 551–562.

- Collewaert, V., Anseel, F., Crommelinck, M., De Beuckelaer, A., Vermeire, J. 2016. When passion fades: Disentangling the temporal dynamics of entrepreneurial passion for founding. *Journal of Management Studies*, 53(6), 996-995. doi: 10.1111/joms.12193
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Drnovsek, M., Cardon, M. S., & Murnieks, C. Y. 2009. Collective passion in entrepreneurial teams. A. Carsrud, & M. Brannback (Eds.), *The entrepreneurial mind* (pp. 191-215). New York: Springer.
- Echdar, Saban, Maryadi, 2019. *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika, Bisnis dan Kewirausahaan*, Yogyakarta: Deepublish.
- Fauzia, Ika Yunia. 2018. *Islamic Entrepreneurship*. Depok; Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. 2017. *Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, N. D & Porter, D. C. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika Edisi 5. Penerjemah: Raden Carlus Mangunsong*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS panduan praktis mengolah data penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Husein, Umar. 2013. *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Huyghe, A., Knockaert, M., and Obschonka, M. 2016. Unraveling the “passion orchestra” in academia. *J. Bus. Ventur.* 31, 344–364. doi: 10.1016/j.jbusvent. 2016.03.00
- Juliansyah, Noor. 2012. *Metodologi penelitian*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Kara, Muslimin, Jamaluddin, 2010. *Pengantar Kewirausahaan* Makassar: Alauddin Press.
- Karimi, S. 2019. The role of entrepreneurial passion in the formation of students’ entrepreneurial intentions, *Applied Economics*, DOI: 10.1080/00036846.2019.1645287
- Katz, J. A., & Green, R. P. 2007. *Entrepreneurial small business*. New York: McGraw-Hill.
- Ligthelm, A.A. (2010). *Southern African Business Review* , Volume 14 Number 3



- Luibis, Fadillah Azmi. 2018. "Pengaruh Kemandirian Pribadi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Makanan di Jalan Karya Wisata Medan Johor," 2018, <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6927>.
- Mageau, G. A., & Vallerand, R. J. 2007. The moderating effect of passion on the relation between activity engagement and positive affect. *Motivation and Emotion*, 31(4), 312-321.
- Mageau, G. A., & Vallerand, R. J. 2007. The moderating effect of passion on the relation between activity engagement and positive affect. *Motivation and Emotion*, 31(4), 312-321.
- Mawanto, Abya 2015. "Pengaruh Karakteristik Jiwa Enterprenuer Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Ukm Terdampak Lapindo Di Porong Sidoarjo" (Other, University Of Muhammadiyah Malang, 2015), Hlm, 16-17.
- Merieska, Petra, IJK Sito Meiyanto. 2017. Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda. *Gadjah Mada Journal Of Psychology* Volume 3, No. 1, 2017: 13-24 Issn: 2407-7798.
- Mittiness, C., Sudek, R., & Cardon, M. S. 2012. Investor characteristics that determine whether perceived passion leads to higher evaluations of funding potential. *Journal of Business Venturing*, 27, 592-606.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. 2014. Pathways of passion identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of Management*, 40(6), 1583-1606.
- Nawir, Caroline Pratiwi, Natalia Christiani. 2019. The Effect of Entrepreneurial Passion and Opportunity Awareness toward the Sustainability of Startup Businesses *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, Vol. 8, No. 1, March 2019, 33-40
- Nazir, Mohammad, 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. & M, P. 2011. *Fundamentals of Human Resource Management*. New York: McGraw Hill.
- Parastuty, Z., Breiteneker, R. J., Schwarz, E. J., & Harms, R. 2016. Exploring the reasons and ways to exit: The entrepreneur perspective. Didedit oleh D. Bogenhold, J. Bonnet, M.

- Dejardin, & D. G. P. de Lema , Contemporary Entrepreneurship: Multidisciplinary Perspectives on Innovation and Growth (159.172). New York: Springer.
- Purwana, Dendi. 2017. Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Jurnal *Economia*, Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Rizqi, Alif N. 2020. “Sebanyak 26. 568 UMKM di Jawa Tengah Terdampak Covid-19,” Semarang *Bisnis.com*, <https://semarang.bisnis.com/read/20200722/536/1269767/sebanyak-26.568-umkm-di-jawa-tengah-terdampak-covid-19> (diakses 6 Juli 2021).
- Santos, S. C., and Cardon, M. S. 2019. What’s love got to do with it? Team entrepreneurial passion and performance in new venture teams. *Entrepreneursh. Theor. Pract.* 43, 475–504. doi: 10.1177/10422587188 12185
- Saragih, Rintan. 2017. “Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial,” *Jurnal Kewirausahaan* 3, no. 2 (2017): 26–34.
- Sasser, S. L., & Koslow, S. 2012. Passion, expertise, politics, and support. *Journal of Advertising*, 41(3), 5-18.
- Shrivastava, P. 2019. Pedagogy of Passion for Sustainability. *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 9 No. 3, pp. 443–455. doi:10.5465/amle.2010.53791 826.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suwiknyo, E. 2020. Dampak Covid-19: Ribuan UKM di Jateng Mulai Terhempas. <https://semarang.bisnis.com/read/20200407/536/1223972/dampak-covid-19-ribuan-ukm-di-jateng-mulai-terhempas> (diakses 6 Juli 2021)
- Tasnim, R., Yahya, S., & Zainuddin, M.N. 2014. “I’m loving it|” what makes the successful entrepreneur affectively committed to entrepreneurial performance? *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 19(2), 27-52.
- Tempo *Bisnis.com*, 2020. “47 % UMKM Bangkrut Akibat Pandemi Corona,” *Tempo.com* <https://bisnis.tempo.co/read/1344540/47-persen-umkm-bangkrut-akibat-pandemi-corona> (diakses 6 Juli 2021)

- Türk, S., Zapkau, F. B., and Schwens, C. 2020. Prior entrepreneurial exposure and the emergence of entrepreneurial passion: the moderating role of learning orientation. *J. Small Bus. Manag.* 58, 225–258. doi: 10.1080/00472778.2019. 1659678
- Vallerand, R. J., Salvy, S. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P. L., Grouzet, F. M., & Blanchard, C. 2007. On the role of passion in performance. *Journal of Personality*, 75(3), 505-534.
- Vallerand, R. J., Salvy, S. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P. L., Grouzet, F. M., & Blanchard, C. 2007. On the role of passion in performance. *Journal of Personality*, 75(3), 505-534.
- Wicker, C., & Davidsson, P. 2015. The entrepreneurial break-up: Disengaging from the start-up phase. *Research Handbook of Entrepreneurial Exit*, 197.
- Winardi, J. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.
- Winnen, C. J. 2005. To be or not to be: The role of passion and obsession in the entrepreneurial process. (Unpublished doctoral dissertation). University of St. Thomas, St. Paul.

