

**PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL PASSION
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA STREET FOOD
DI KOTA JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: JULIUS CASSIDY

NIM: 115210307

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2025

**PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL PASSION
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA STREET FOOD
DI KOTA JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: JULIUS CASSIDY

NIM: 115210307

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : JULIUS CASSIDY
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210307
Program Studi : S1 - MANAJEMEN
Alamat : DKI Jakarta, Jakarta Utara, Jl. Sunter Paradise Tahap
II Blok O No. 6
Telp: -
HP: 08558168836

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 JUNI 2025



Julius Cassidy

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JULIUS CASSIDY
NIM : 115210307
PROGRAM/JURUSAN : SI/MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH DIMENSI
ENTREPRENEURIAL PASSION
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
STREET FOOD DI KOTA JAKARTA

Jakarta, 19 Juni 2025

Pembimbing,



(R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JULIUS CASSIDY
NIM : 115210307
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL
PASSION TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA STREET FOOD DI KOTA JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 4 Juli 2025 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : HENDRA WIYANTO, S.E., M.E., Dr.
2. Anggota Penguji : RR. KARTIKA NURINGSIH, S.E., M.Si.
NURYASMAN MN, S.E., M.M., Dr.

Jakarta, 9 Juli 2025

Pembimbing,



(Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

(A) JULIUS CASSIDY (115210307)

(B) *THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL PASSION DIMENSIONS ON THE BUSINESS SUCCESS OF STREET FOOD ENTREPRENEURS IN JAKARTA*

(C) XV + 72 pages, 18 tables, 5 pictures, 10 attachments

(D) *Entrepreneurial Management*

(E) *This study aims to examine the influence of the dimensions of entrepreneurial passion, namely passion for inventing, passion for founding, and passion for developing, on the business success of street food vendors in Jakarta. The population consists of all street food vendors in Jakarta, with the exact number unknown. A total of 76 respondents were obtained through accidental sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed quantitatively using the Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM PLS) method with SmartPLS version 3. The results show that passion for inventing has no significant effect on business success. In contrast, passion for founding has a positive effect, although only significant at the 10 percent level. Passion for developing has a positive and significant effect on business success. The findings suggest that not all dimensions of entrepreneurial passion directly influence business success. Among the three dimensions, passion for developing emerged as the most influential factor, followed by passion for founding. These results highlight the importance of developing the capability and enthusiasm to manage and grow a business among street food entrepreneurs in Jakarta.*

(F) *Keywords: Entrepreneurial Passion, Passion for Inventing, Passion for Founding, Passion for Developing, Business Success, Street Food*

(G) *References from 1996 to 2025*

(H) R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

ABSTRAK

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

(I) JULIUS CASSIDY (115210307)

(J) PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL PASSION TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA STREET FOOD DI KOTA JAKARTA

(K) XV + 72 halaman, 18 tabel, 5 gambar, 10 lampiran

(L) Manajemen Kewirausahaan

(M) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *entrepreneurial passion*, yang meliputi *passion for inventing*, *passion for founding*, dan *passion for developing*, terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pedagang *street food* di Jakarta, dengan jumlah pasti yang tidak diketahui. Sampel sebanyak 76 responden diperoleh melalui *accidental sampling*, dengan data yang dikumpulkan via kuesioner dan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode SEM-PLS melalui SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *passion for inventing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sementara itu, *passion for founding* berpengaruh positif namun hanya signifikan pada tingkat 10%. Adapun *passion for developing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tidak semua dimensi *entrepreneurial passion* berpengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha *street food*. Dari ketiga dimensi yang diteliti, *passion for developing* terbukti sebagai faktor yang paling berpengaruh, diikuti oleh *passion for founding*. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan kemampuan dan semangat dalam mengelola serta mengembangkan usaha bagi pelaku *street food* di Jakarta.

(N) Kata Kunci; *Entrepreneurial Passion*, *Passion for Inventing*, *Passion for Founding*, *Passion for Developing*, Keberhasilan Usaha, *Street Food*

(O) Referensi Tahun 1996-2025

(P) R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

Being myself is my greatest form of rebellion.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak yang sangat berarti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sawidji Widoadmojo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
2. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan semangat, serta bimbingan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan kedua kakak perempuan saya yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan penuh baik secara moral maupun material.
6. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, serta semua teman yang telah menjadi penyemangat dan teman berbagi perjuangan selama proses penulisan skripsi ini.
7. Seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi yang berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap semoga segala bentuk kebaikan, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan limpahan keberkahan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,
Julius Cassidy

DAFTAR ISI

PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL PASSION TERHADAP KEBERHASILAN USAHA STREET FOOD.....	i
DI KOTA JAKARTA	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO.	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
1.3 BATASAN MASALAH	5
1.4 RUMUSAN MASALAH	6
1.5 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	6
1.5.1 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.5.2 MANFAAT PENELITIAN	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 GAMBARAN UMUM TEORI.....	8
2.2 DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	9
2.2.1 <i>ENTREPRENEURIAL PASSION (EP)</i>	9
2.2.2 <i>PASSION FOR INVENTING</i>	10
2.2.3 <i>PASSION FOR FOUNDING</i>	10
2.2.4 <i>PASSION FOR DEVELOPING</i>	11
2.2.5 KEBERHASILAN USAHA	11
2.3 KAITAN ANTAR VARIABEL.....	13
2.3.1 KAITAN ANTARA <i>ENTREPRENEURIAL PASSION</i> PADA KEBERHASILAN USAHA	13

2.3.2	KAITAN ANTARA <i>PASSION FOR INVENTING</i> PADA KEBERHASILAN USAHA.....	13
2.3.3	KAITAN ANTARA <i>PASSION FOR FOUNDING</i> PADA KEBERHASILAN USAHA.....	14
2.3.4	KAITAN ANTARA <i>PASSION FOR DEVELOPING</i> PADA KEBERHASILAN USAHA.....	15
2.4	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	15
BAB III		17
METODE PENELITIAN.....		17
3.1	DESAIN PENELITIAN	17
3.2	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL DAN UKURAN SAMPEL 18	
3.2.1	POPULASI	18
3.2.2	TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL	18
3.2.3	UKURAN SAMPLING	19
3.3	OPERASIONALISASI INSTRUMEN VARIABEL	19
3.3.1	ENTREPRENEURIAL PASSION	20
3.3.2	KEBERHASILAN USAHA	22
3.4	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	23
3.4.1	UJI VALIDITAS & UJI RELIABILITAS	23
3.5	ANALISIS DATA.....	24
3.5.1	UJI <i>INNER MODEL</i>	24
3.5.2	UJI HIPOTESIS.....	26
3.6	ASUMSI ANALISIS DATA	26
3.6.1	UJI <i>OUTER MODEL</i>	26
BAB IV		30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		30
4.1	DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	30
4.1.1	JENIS KELAMIN.....	30
4.1.2	USIA	31
4.1.3	LAMA BERWIRAUSAHA.....	32
4.2	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	32
4.2.1	<i>PASSION FOR INVENTING</i>	33
4.2.2	<i>PASSION FOR FOUNDING</i>	34
4.2.3	<i>PASSION FOR DEVELOPING</i>	35
4.2.4	KEBERHASILAN USAHA	36
4.3	HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA.....	38
4.3.1	VALIDITAS DAN RELIABILITAS KONSTRUK.....	38

4.4	HASIL ANALISIS DATA.....	42
4.4.1	HASIL Uji KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	42
4.4.2	HASIL Uji <i>PREDICTIVE RELEVANCE</i> (Q^2)	43
4.4.3	HASIL Uji <i>EFFECT SIZE</i> (F^2).....	44
4.4.4	HASIL Uji HIPOTESIS	44
4.5	PEMBAHASAN	46
4.5.1	PENGARUH <i>PASSION FOR INVENTING</i> TERHADAP KEBERHASILAN USAHA	46
4.5.2	PENGARUH <i>PASSION FOR FOUNDING</i> TERHADAP KEBERHASILAN USAHA	47
4.5.3	PENGARUH <i>PASSION FOR DEVELOPING</i> TERHADAP KEBERHASILAN USAHA	47
BAB V		49
PENUTUP		49
5.1	KESIMPULAN	49
5.2	KETERBATASAN DAN SARAN.....	49
5.2.1	KETERBATASAN.....	49
5.2.2	SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	20
Tabel 3.2 Operasional Variabel Passion for Inventing	21
Tabel 3.3 Operasional Variabel Passion for Founding	21
Tabel 3.4 Operasional Variabel Passion for Developing	22
Tabel 3.5 Operasional Variabel Keberhasilan Usaha	22
Tabel 3.6 Rule of Thumb Evaluasi Inner Model	25
Tabel 4.1 Objek Penelitian Passion for Inventing	33
Tabel 4.2 Objek Penelitian Passion for Founding	34
Tabel 4.3 Objek Penelitian Passion for Developing	35
Tabel 4.4 Objek Penelitian Keberhasilan Usaha.....	36
Tabel 4.5 Nilai Outer Loading	39
Tabel 4.6 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	40
Tabel 4.7 Nilai Cross Loading	40
Tabel 4.8 Nilai Cronbach's Alpha	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	15
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berwirausaha	32
Gambar 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	56
Lampiran 2. Tanggapan Responden	59
Lampiran 3. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan AVE</i>	69
Lampiran 4. Loading Factor	69
Lampiran 5. Cross Loading.....	70
Lampiran 6. Hasil Analisis Inner Model.....	70
Lampiran 7. Hasil Analisis R-Square	71
Lampiran 8. Hasil Analisis Q-Square	71
Lampiran 9. Hasil Analisis F-Square.....	71
Lampiran 10. Hasil Analisis Path Coefficient	71
Lampiran 11. Hasil TurnItIn	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep *passion* atau dapat dianalogikan dengan hasrat dalam bekerja menjadi sorotan penting dalam berbagai bidang keilmuan, terutama psikologi pendidikan dan perilaku organisasi. Salah satu konsep yang paling relevan dalam konteks kewirausahaan adalah *entrepreneurial passion* (EP). Istilah *entrepreneurial passion* (EP) ini dipopulerkan sebagai "*A strong, conscious sense of positivity from meaningful entrepreneurial roles central to one's identity*" dalam studi Cardon et al. (2009) Dengan kata lain, *entrepreneurial passion* bukan sekedar semangat bekerja tetapi menggambarkan emosi mendalam yang menjadi bagian dari jati diri seseorang sebagai pelaku usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan *passion* memiliki peran sentral dalam mendorong keberhasilan bisnis. Studi Collewaert et al. (2016) menegaskan bahwa *passion* sebagai salah satu faktor pendukung keberlangsungan dan kesuksesan usaha. Demikian juga dengan studi Baraldi et al. (2020), meskipun *passion* berkaitan dengan aspek emosional yang tidak rasional, namun kekuatan emosional tersebut yang dapat menumbuhkan ketekunan, kreativitas, dan keberanian dalam pengambilan risiko. *Passion* menjadi *spirit* bagi pelaku usaha untuk bertahan menghadapi tantangan serta mencari peluang baru.

Entrepreneurial passion tidak berdiri sendiri, melainkan terbentuk melalui interaksi antara emosi pribadi dan aktivitas berwirausaha. Seperti disebutkan Fisher et al. (2018) sebelumnya, *entrepreneurial passion* dapat memicu *resilience* dan antusiasme menghadapi rintangan bisnis. Selanjutnya, Cardon et al. (2013) membagi *passion* tersebut dalam tiga dimensi meliputi: *passion for inventing*, *passion for founding*, dan *passion for developing*. Masing-masing dimensi mencerminkan peran berbeda dalam tahapan kewirausahaan. Di mulai dari penciptaan ide, pendirian usaha hingga pengembangan usaha secara berkelanjutan. Namun proses *passion* dalam tahapan tersebut cenderung berbeda-beda sehingga situasi ini yang membentuk dinamika *passion* dalam berwirausaha.

Mengacu pada *identity theory* (Stryker & Burke, 2000) peran *passion* berkaitan dengan hierarki identitas individu sehingga kombinasi *passion* di antara wirausaha cenderung berbeda-beda. Dengan demikian, realitas implementasi setiap tahapan *passion* yang dialami oleh seorang wirausaha menjadi berbeda dengan wirausaha lainnya. Situasi ini memengaruhi dinamika *passion* karena berkaitan dengan ketekunan, kreativitas, emosional dan keberanian mengambil risiko sehingga mempengaruhi keberhasilan usaha. Sedangkan keberhasilan bisnis tersebut sebagai sasaran dari pengembangan kewirausahaan. Untuk memastikan kelangsungan usaha, wirausahawan perlu mengimplementasikan tiga domain utama tersebut sebagai bentuk kesiapan dalam mengembangkan inovasi produk, menghadapi risiko, serta secara proaktif menanggapi persaingan atau perubahan dalam lingkungan bisnis. Kemampuan untuk mengelola dan merealisasikan ketiga domain ini secara berkelanjutan akan membentuk resiliensi dalam sektor kuliner.

Salah satu jenis aktivitas berwirausaha yang sangat dibutuhkan oleh konsumen adalah sektor kuliner. Sementara itu tidak semua pelaku usaha kuliner mampu menjalankan usahanya di lokasi yang permanen. Banyak di antara pelaku usaha kuliner dilakukan dalam konsep *street food*. “*Street-vended foods*” atau padanannya “*street foods*” didefinisikan sebagai makanan dan minuman yang disiapkan dan/atau dijual oleh pedagang di jalanan dan tempat umum lainnya (World Health Organization, 2016). Dengan lokasi yang tidak permanen, setiap harinya harus menata ulang dan merapikan kembali tempat usahanya yang bersifat sementara. Sehingga sangat dipengaruhi oleh keuletan dalam menjalankan usaha. Tingkat persaingan antara pedagang juga sangat tinggi, disertai dengan kebutuhan keamanan dalam menjalankan usaha *street food*. Sebagian besar dari mereka adalah perantau, seperti warung-warung makan pecel lele, soto lamongan, sate madura, bakso malang. Dengan itu, sangat memerlukan *passion* sebagai fundamental menjalankan usaha.

Dalam konteks sektor usaha, salah satu bidang terus berkembang dan relevan dengan pembahasan ini adalah industri kuliner. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2015), sektor kuliner mencakup aktivitas penyiapan, pengolahan, dan penyajian makanan dan minuman yang sangat erat kaitannya dengan aspek sosial, budaya, bahkan emosional. Makanan bukan hanya sekadar kebutuhan primer tetapi merupakan media ekspresi, interaksi sosial, dan inovasi bisnis. Maka tidak mengherankan jika sektor kuliner menjadi tempat berkembangnya banyak wirausaha

baru yang terdorong oleh *passion*. Data dari studi Pertiwi (2024) menunjukkan pada tahun 2020 terdapat 11.223 usaha kuliner tersebar di Indonesia, dimana sebanyak 5.159 berada di Kota Jakarta. Angka ini menempatkan Jakarta sebagai wilayah dengan jumlah usaha kuliner tertinggi secara nasional. Di antara usaha tersebut, usaha kuliner malam yang sering beroperasi dalam bentuk *street food* atau kaki lima dan warung tenda menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan di kota Jakarta. Persaingan yang tinggi di sektor ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki semangat juang dan *resilience* yang kuat agar mampu bertahan dan berkembang. Keberhasilan usaha kuliner malam tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, harga, atau lokasi semata. Salah satu faktor intrinsik yang kini menjadi perhatian adalah *entrepreneurial passion*. Semangat ini mendorong pengusaha untuk terus berinovasi, menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan, serta mempertahankan keberlangsungan usaha dalam situasi ekonomi yang fluktuatif. Collewaert et al. (2016) menyebutkan bahwa *passion* mampu menjadi kunci yang memotivasi pelaku usaha untuk terus bergerak maju, bahkan dalam kondisi yang penuh tekanan.

Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki tingkat *passion* yang sama. Ada yang tergerak oleh keinginan menciptakan produk inovatif (*passion for inventing*), ada yang terdorong oleh semangat mendirikan bisnis dari nol (*passion for founding*), dan ada pula yang fokus pada pengembangan usaha jangka panjang (*passion for developing*). Variasi ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana masing-masing dimensi dari *entrepreneurial passion* berkontribusi terhadap keberhasilan usaha, khususnya dalam konteks kuliner malam di Kota Jakarta. Dengan adanya *passion* dalam seorang pengusaha, terbentuklah dorongan yang kuat yang menjadi dasar bagi keberhasilan suatu usaha. Hu et al. (2022) berpendapat bahwa pertama-tama, pengusaha yang merasa termotivasi cenderung lebih berkomitmen dalam jangka panjang dan dapat meraih sukses dalam bisnis. Kedua, pengusaha yang secara psikologis memiliki identitas kuat terhadap usaha mereka lebih mempunyai rasa tanggung jawab dan termotivasi untuk berjuang lebih keras demi kesuksesan perusahaan. Dalam studi Cardon & Kirk (2013) pengusaha yang sukses atau berhasil menjalankan bisnisnya sering menekankan pentingnya *passion* dalam berwirausaha karena jalan menuju kewirausahaan dipenuhi dengan berbagai tantangan dan hambatan. Dengan itu, *passion* menjadi kekuatan pendorong yang membuat para wirausahawan tetap berkomitmen dan terus mengejar tujuan mereka meskipun menghadapi kesulitan

(Cardon & Kirk, 2013). Pengusaha dengan *passion* yang cukup dapat berkembang dari hanya *passion for inventing* menjadi *passion for founding* serta *passion for developing*. Sejalan lagi dengan Hu et al. (2022), individu yang memiliki *entrepreneurial passion* cenderung lebih sadar terhadap aktivitas kewirausahaan yang mereka lakukan, lebih fokus pada tujuan usahanya, serta berusaha keras untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Ini berarti bahwa pengusaha yang bersemangat lebih mungkin untuk mencapai keberhasilan kewirausahaan dalam proses memulai sebuah usaha.

Lebih jauh lagi, usaha *street food* bukan hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi informal semata, melainkan juga sebagai bagian integral dari budaya kuliner kota besar yang memiliki karakter khas dan daya tarik tersendiri. Di tengah ritme kehidupan urban yang cepat dan dinamis, *street food* menghadirkan solusi kuliner yang praktis, terjangkau, dan dekat secara emosional dengan masyarakat. Tidak sedikit inovasi dan tren kuliner baru justru lahir dari kreativitas para pelaku usaha *street food*, yang secara langsung menunjukkan pentingnya peran *passion* dalam membentuk diferensiasi usaha. Oleh karena itu, dimensi *entrepreneurial passion* menjadi sangat relevan dalam konteks ini karena hasrat untuk mencipta (*passion for inventing*), mendirikan usaha (*passion for founding*), serta mengembangkan bisnis secara berkelanjutan (*passion for developing*) merupakan fondasi penting bagi daya saing, inovasi, dan keberlangsungan usaha *street food* di tengah persaingan yang ketat. Relevansi ini memperkuat urgensi penelitian terhadap hubungan antara dimensi-dimensi *passion* kewirausahaan dengan keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta. Sejalan dengan studi Kurniawan & Nuringsih (2022), untuk memastikan kelangsungan usaha, wirausahawan perlu mengimplementasikan tiga domain utama tersebut sebagai bentuk kesiapan dalam mengembangkan inovasi produk, menghadapi risiko, serta secara proaktif menanggapi persaingan atau perubahan dalam lingkungan bisnis. Kemampuan untuk mengelola dan merealisasikan ketiga domain ini secara berkelanjutan akan membentuk resiliensi dalam sektor kuliner.

Diharapkan hasil dari penelitian ini tidak hanya menambah wawasan keilmuan di bidang kewirausahaan, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka berdasarkan kekuatan *passion*. Dengan demikian judul penelitian ini adalah: **Pengaruh Dimensi Entrepreneurial Passion Terhadap Keberhasilan Usaha Street Food di Kota Jakarta.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya usaha kuliner di Kota Jakarta menciptakan persaingan yang ketat, sehingga faktor-faktor yang menentukan keberhasilannya perlu dikaji lebih lanjut.
2. Pengukuran untuk sejauh mana entrepreneurial passion berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta.
3. Tidak semua pengusaha kuliner memiliki tingkat *passion* yang sama dalam mengelola bisnisnya, sehingga berdampak pada inovasi dan keberlanjutan usaha.
4. Kebutuhan penelitian untuk memahami faktor-faktor spesifik dalam *entrepreneurial passion* yang berdampak paling besar terhadap keberhasilan usaha *street food*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh entrepreneurial passion terhadap keberhasilan usaha *street food*.
2. Responden terbatas pada pengusaha kuliner malam di Kota Jakarta.
3. Keberhasilan usaha diukur berdasarkan aspek-aspek tertentu, seperti pertumbuhan pendapatan, jumlah pelanggan, inovasi produk, dan daya tahan bisnis.
4. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey terhadap pemilik atau pengelola usaha *street food* di Kota Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *passion for inventing* berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta?
2. Apakah *passion for founding* berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta?
3. Apakah *passion for developing* berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *passion for inventing* terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *passion for founding* terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *passion for developing* terhadap keberhasilan usaha *street food* di Kota Jakarta.

1.5.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu manajemen strategis dan kewirausahaan, khususnya dalam konteks *Resource-Based Theory* (RBT). Dalam teori ini, keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya internal yang bersifat *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN). Entrepreneurial passion dapat dikategorikan sebagai salah satu sumber daya internal tersebut karena merupakan dorongan psikologis mendalam yang sulit ditiru dan menjadi bagian dari identitas wirausahawan.

Dengan membuktikan bahwa dimensi-dimensi *entrepreneurial passion* (*inventing, founding, developing*) memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, maka studi ini menegaskan bahwa passion bukan hanya aspek emosional, tetapi juga merupakan kapabilitas strategis yang relevan dalam kerangka RBT. Hasil penelitian ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana faktor non-material seperti *passion* dapat menjadi kekuatan kompetitif dalam bisnis skala mikro seperti *street food*.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha *street food* di Kota Jakarta untuk memahami bahwa *passion* berwirausaha merupakan aset internal yang strategis. Dalam perspektif *Resource-Based Theory*, usaha kecil yang tidak memiliki banyak modal eksternal tetap dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui pemanfaatan *passion* yang kuat dalam menciptakan, mendirikan, dan mengembangkan usahanya.

Dengan mengenali dan mengelola dimensi *entrepreneurial passion* sebagai sumber daya internal yang bernilai, pelaku usaha dapat meningkatkan ketangguhan dalam menghadapi persaingan, memperkuat inovasi, serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pelatihan kewirausahaan, program inkubasi bisnis, maupun pendampingan UMKM berbasis pendekatan *resource-based*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. (2024). Desain Penelitian Kuantitatif (pp. 45–68).
- Ahsan, M., Adomako, S., Donbesuur, F., & Mole, K. F. (2023). *Entrepreneurial Passion and Product Innovation Intensity in New Ventures: Mediating Effects of Exploration and Exploitation Activities*. *British Journal of Management*, 34(2), 849–872. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12627>
- Alamsyahbana, M. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Aslamiyah, F., Adila Windarti, R., Farleni, S., Sanjaya, V. F., & Raden Intan Lampung, U. (2024). Al-A'mal 176 Pendekatan *Resource-Based View (RBV)* Dalam Manajemen Bisnis: Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan. In *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 1).
- Baraldi, E., Guercini, S., Lindahl, M., & Perna, A. (2020). *Passion and Entrepreneurship: Contemporary Perspectives and New Avenues for Research*. In *Passion and Entrepreneurship: Contemporary Perspectives and New Avenues for Research*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-47933-6>
- Barella, Y., Fergina, A., Mustami, M., Rahman, U., & Alajaili, H. (2024). *Quantitative Methods in Scientific Research*. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 15, 281. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v15i1.71528>
- Cardon, M., & Kirk, C. (2013). *Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39. <https://doi.org/10.1111/etap.12089>
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). *The nature and experience of entrepreneurial passion*. In *Academy of Management Review* (Vol. 34, Issue 3, pp. 511–532). *Academy of Management*. <https://doi.org/10.5465/AMR.2009.40633190>

- Chen, C., Zhang, J., Tian, H., & Bu, X. (2022). *The impact of entrepreneurial passion on entrepreneurial success and psychological well-being: a person-centered investigation. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 31. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2021-0977>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). *Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- 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), 966–995. <https://doi.org/10.1111/joms.12193>
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). *Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 20. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2013-0157>
- Fisher, R., Merlot, E., & Johnson, L. (2018). *The obsessive and harmonious nature of entrepreneurial passion. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24, 22–40. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0011>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*.
- Henseler, J., & Schuberth, F. (2023). *Partial least squares as a tool for scientific inquiry: comments on Cadogan and Lee. European Journal of Marketing*, 57(6), 1737–1757. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2021-0416>
- Hu, W., Xu, Y., Zhao, F., & Chen, Y. (2022). *Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Success—The Role of Psychological Capital and Entrepreneurial Policy Support. Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.792066>

- Hussain, U., & Rehman, K. (2025). *Understanding Effect Size: Concept And Interpretation. Journal of Saidu Medical College, Swat*, 15(1), 135–137. <https://doi.org/10.52206/jsmc.2025.15.1.1071>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Operasionalisasi Variabel Dalam Penelitian Kuantitatif (pp. 1–31).
- J Sarwono. (2012). Mengenal *PLS-SEM*. CV. Andi Offset.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015 – 2019*. PT. Republik Solusi: Jakarta.
- Kurniawan, J. H., & Nuringsih, K. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Makanan Khas Jambi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 176. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13357>
- Livandy, G., & Nuringsih, K. (2022). Peran Passion Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Dalam Menumbuhkan Intensi Kewirausahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 330–339. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20612>
- Made, N., & Anggraeni, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah Pada Pengrajin Tenun Songket Di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Volume 9 No. 1.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. PROMEDIA.
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan Konsep *Resources-Based View (RBV)* Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi.
- Pertiwi, R. I. , R. M. , & S. D. A. P. (2024). Pengaruh *Utilitarian Value* dan *Experiential Marketing* terhadap *Revisit Intention* dimediasi *Customer Satisfaction*: Studi pada pelanggan restoran *All You Can Eat* di Jakarta. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*.

- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rahman, J. (2021). Jenis Data Penelitian. 90–97.
- Sabatini, A., & Capone, F. (2025). *The role of passion in favouring the creation of new business: an empirical investigation of the sport context through the IMP lens. Journal of Business and Industrial Marketing*, 40(13), 47–60. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2023-0191>
- Sarstedt, M., & Liu, Y. (2024). *Advanced marketing analytics using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In Journal of Marketing Analytics. Palgrave Macmillan*. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00279-7>
- Sekaran, U. & B. R. J. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach. (7th Edition). John Wiley & Sons Inc.*
- Stryker, S., & Burke, P. (2000). *The Past, Present, and Future of An Identity Theory. Social Psychology Quarterly*, 63, 284. <https://doi.org/10.2307/2695840>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1747>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- World Health Organization, Food Safety Team (2016). *Essential safety requirements for street-vended foods, Revised edition. World Health Organization*.
- Yoiooga, A., Dali, N., & Sari, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9, 78–89. <https://doi.org/10.33772/jakuho.v9i1.142>
- Zuhdi, D. P.-S., Suharjo, B., & Sumarno, H. (2016). Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem.