

**IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM
MENJALANKAN USAHA MIKRO KECIL MENURUT TEORI
MC. CLELLAND (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN DI
PERUMAHAN GENUK INDAH SEMARANG)**

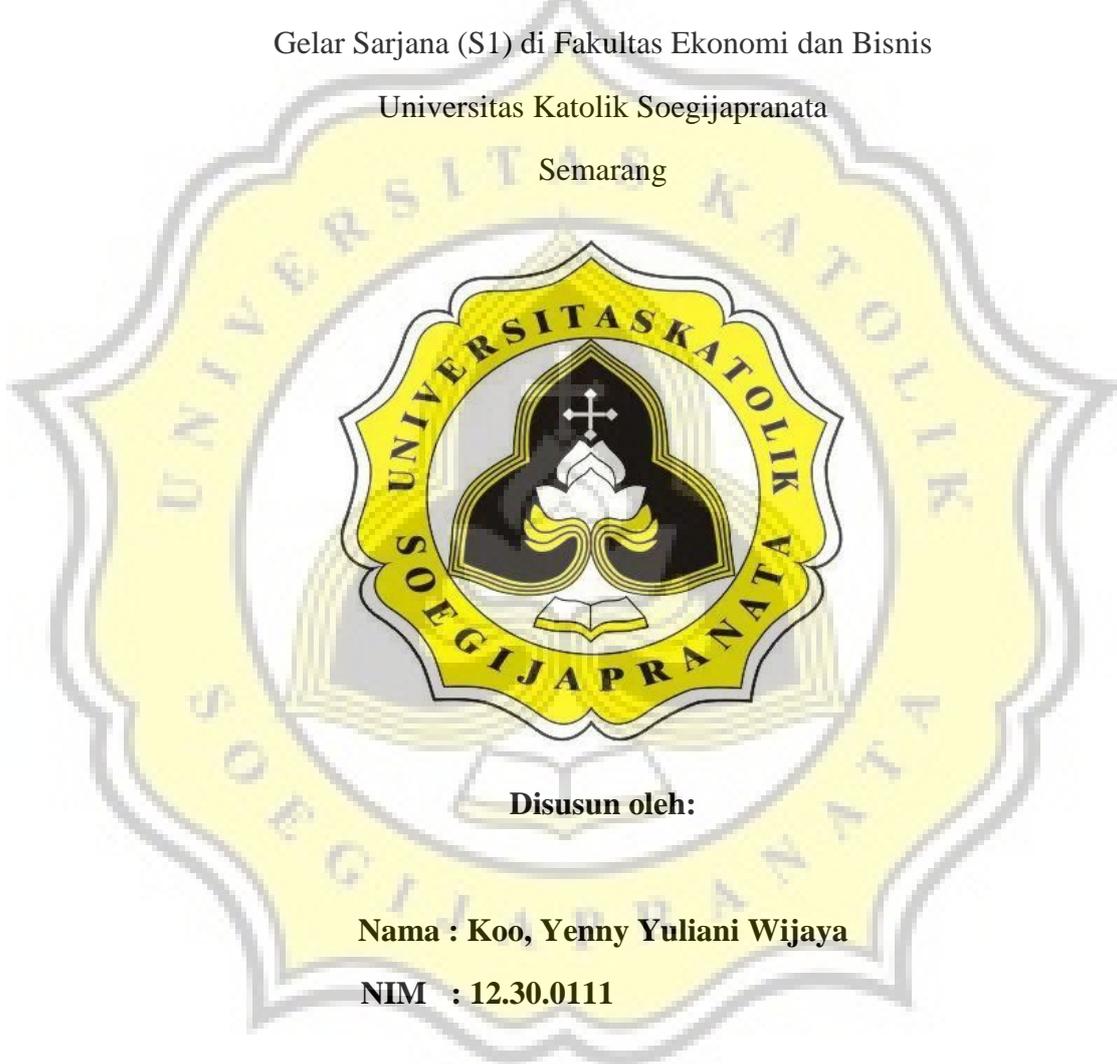
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai

Gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Disusun oleh:

Nama : Koo, Yenny Yuliani Wijaya

NIM : 12.30.0111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM MENJALANKAN USAHA MIKRO KECIL MENURUT TEORI MC. CLELLAND (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN DI PERUMAHAN GENUK INDAH SEMARANG).

Disusun Oleh :

Nama : Koo, Yenny Yuliani Wijaya

NIM : 12.30.0111

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah disetujui dan diterima baik pada:

Semarang, 5 Februari 2016

Dosen Pembimbing,

(Dra. B. Irmawati, MS)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM MENJALANKAN USAHA MIKRO KECIL MENURUT TEORI MC. CLELLAND (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN DI PERUMAHAN GENUK INDAH SEMARANG)

Disusun oleh :

Nama : Koo, Yenny Yuliani Wijaya

NIM : 12.30.0111

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal 22 Februari 2016:

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(A.Eva Maria Sukesi,SE.MM.) (Eny Trimeiningrum,SE.MSI.) (Dra.B.Irmawati,MS.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

(Sentot Suciarto A.,Ph. D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Koo, Yenny Yuliani Wijaya

NIM : 12.30.0111

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 5 Februari 2016

(Koo, Yenny Yuliani Wijaya)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Janganlah kita jemu-jemu berbuat baik, karena apabila sudah datang waktunya, kita akan menuai, jika kita tidak menjadi lemah. (Galatia 6:9)

Dan bergembiralah karena Tuhan, maka Ia akan memberikan kepadamu apa yang diinginkan hatimu. Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak. (Mazmur 37:4-5)

Jika kamu menginginkan sesuatu, berjuanglah untuk mendapatkannya

The More You Give, The More You Will Get

Pendidikan dan kecerdasan adalah senjata abadi untuk menuju kesuksesan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan berkat, anugerah, dan penyertaan-Nya.
2. Orang tua dan keluarga, yang telah mendukung, memberi nasihat, dan menyemangati.

ABSTRAK

Semakin hari, pertumbuhan penduduk akan semakin meningkat. Hal tersebut akan dapat memicu tingginya tingkat angkatan kerja di Indonesia, sedangkan lapangan yang pekerjaan yang tersedia tidak memadai. Sehingga, berpengaruh pada tingkat pengangguran yang cenderung meningkat. Maka, salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menjadi wirausaha dengan menjalankan usaha mikro dan kecil berupa rumah makan. Bisnis rumah makan ini sangat digemari di perumahan Genuk Indah karena banyak faktor yang mendukung. Dengan begitu, menjadi wirausaha dapat mengurangi jumlah pengangguran dan dapat membuka lapangan usaha baru bagi orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil berupa rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang berdasarkan teori Mc. Clelland yang meliputi kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, kebutuhan akan afiliasi. Penelitian ini mengambil 5 responden yaitu pemilik rumah makan dengan teknik *sampling purposive*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil pada rumah makan di perumahan Genuk Indah, tergolong tinggi pada setiap kebutuhan. Kebutuhan yang paling tinggi adalah kebutuhan akan afiliasi dengan skor 20,2. Kemudian di posisi kedua adalah kebutuhan akan kekuasaan dengan skor 19,6. Pada posisi ketiga atau terakhir adalah kebutuhan akan prestasi dengan skor 18,7.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, kasih, karunia, dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM MENJALANKAN USAHA MIKRO KECIL MENURUT TEORI MC. CLELLAND (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN DI PERUMAHAN GENUK INDAH SEMARANG)”.

Skripsi ini merupakan sebuah syarat untuk menyelesaikan program keserjanaan (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari dukungan yang diberikan beberapa pihak kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena atas segala berkat, kasih, karunia, anugerah, perlindungan, dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak A. Sentot Suciarto, Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Ibu Dra. B. Irmawati, MS. selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing, mengarahkan, mendukung, meluangkan waktu, memberi saran, serta mengajari saya dalam pembuatan skripsi ini.

4. Ibu A. Eva Maria Sukesi, SE. MM. dan Ibu Eny Trimeiningrum, SE. MSI. selaku dosen penguji yang telah memberi saran dan kritik sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, yang telah mengajari saya saat kuliah selama ini.
6. Orang tua saya, yang telah mendukung, memotivasi, memberi semangat, memberi pendapat, membiayai segala administrasi perkuliahan.
7. Kakak saya, yang telah memberi dukungan, menyemangati, memberi saran / pendapat dan mendengarkan keluh kesah saya.
8. Responden yaitu wirausaha pemilik rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data pada saya.
9. Teman-teman seperjuangan dan satu angkatan yang telah mendukung, memberikan informasi, memberikan pendapatnya pada saya.

Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis meminta maaf bila ada kesalahan yang kurang berkenan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna sebagai informasi bagi yang membutuhkannya.

Semarang, 3 Februari 2016

Penulis,

(Koo, Yenny Yuliani Wijaya)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha	6
2.2. Definisi Motivasi.....	7
2.2.1. Definisi Orientasi Kewirausahaan.....	9
2.3. Usaha Mikro dan Kecil	10

2.4. Rumah Makan	13
2.5. Kerangka Pikir Penelitian	16
2.6. Definisi Operasional.....	17

BAB III METODE PENELITIAN

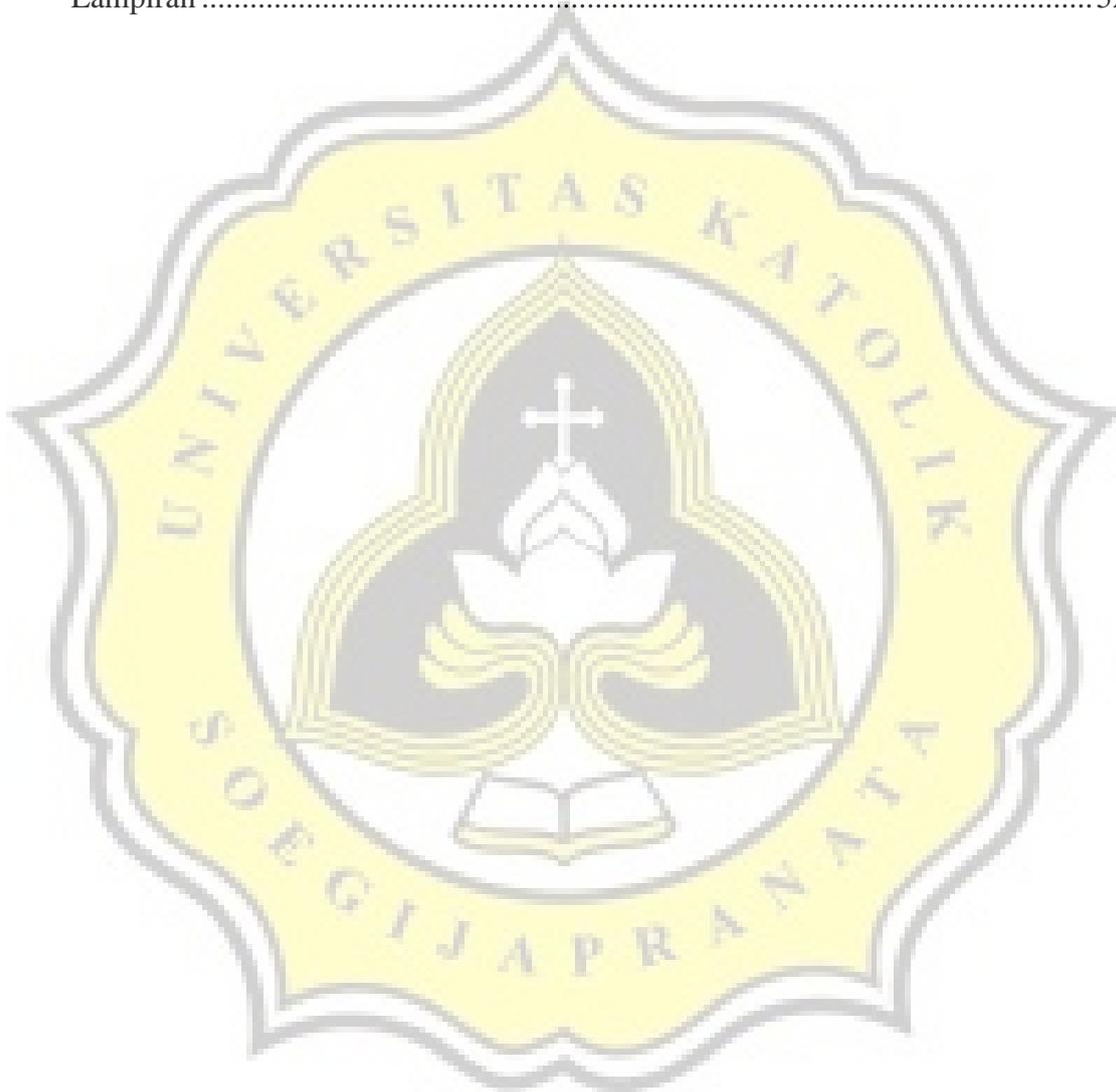
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.3. Jenis dan Sumber Data	22
3.4. Metode Pengumpulan Data	22
3.5. Teknik Analisis Data	23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	27
4.1.1. Jenis Kelamin dan Usia Responden	28
4.1.2. Jumlah Karyawan dan Lama Usaha	28
4.1.3. Pendidikan Terakhir dan Jenis Makanan	29
4.2. Analisis Hasil Penelitian	30
4.2.1. Kebutuhan Akan Prestasi	30
4.2.2. Kebutuhan Akan Kekuasaan	35
4.2.3. Kebutuhan Akan Afiliasi.....	39
4.3. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Usaha Mikro Kecil Berupa Rumah Makan Di Perumahan Genuk Indah Semarang	43

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	47
5.2. Saran.....	48
Daftar Pustaka	50
Lampiran	52



DAFTAR TABEL

Tabel 3.5. Kategori Rentang Skala Motivasi	26
Tabel 4.1. Data Responden	27
Tabel 4.2. Jenis Kelamin dan Usia Responden	28
Tabel 4.3. Jumlah Karyawan dan Lama Usaha.....	29
Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir dan Jenis Makanan	29
Tabel 4.5. Tabel Frekuensi Kebutuhan Akan Prestasi	31
Tabel 4.6. Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Prestasi	33
Tabel 4.7. Tabel Frekuensi Kebutuhan Akan Kekuasaan	35
Tabel 4.8. Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Kekuasaan	37
Tabel 4.9. Tabel Frekuensi Kebutuhan akan Afiliasi.....	40
Tabel 4.10. Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Afiliasi	42
Tabel 4.11. Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5. Kerangka Pikir Penelitian..... 16



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan penduduk di Indonesia akan semakin meningkat termasuk di kota Semarang yang merupakan Ibu kota Jawa Tengah. Badan Pusat Statistik Jawa Tengah mengungkapkan jumlah tingkat pengangguran terbuka pada Februari 2014 hampir mencapai 1.000.000 orang. Jumlah angkatan kerja di Jawa Tengah Februari 2015 sebesar 18.290.000 orang, bertambah sekitar 576.000 orang dibanding angkatan kerja Februari 2014 yang sebesar 17.720.000 orang (jateng.bps.go.id: 2015). Hal tersebut tentunya akan menyebabkan adanya keterbatasan lapangan kerja, kesempatan kerja, dan usaha bagi penduduk.

Menurut data Biro Pusat Statistik (2009) dalam (Sudradjat: 2012) jumlah penduduk miskin di Indonesia tercatat sebesar 32.000.000 orang. Sedangkan jumlah pengangguran sebesar 8.960.000 orang. Hal tersebut menandakan bahwa banyak orang yang membutuhkan pekerjaan, sementara jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia lebih sedikit dibandingkan dengan angkatan kerja yang ada. Menurut (Suryana dan Kartib: 2011) jumlah pengangguran semakin meningkat seiring dengan adanya krisis moneter yang berdampak pada perekonomian Indonesia sehingga menyebabkan banyak perusahaan ekspor melakukan Pemutusan Hubungan Kerja/PHK. Padahal kenyataannya, kebutuhan hidup akan terus meningkat. Tanpa bekerja, seseorang tidak akan dapat mencukupi kebutuhan hidupnya. Maka, tidak mengherankan jika mereka

termotivasi memilih alternatif lain untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan yaitu menjadi wirausaha salah satunya dengan cara menjalankan usaha mikro, kecil berupa rumah makan.

Menurut Ramadian, dkk (2015) kewirausahaan dapat ditimbulkan melalui semangat berwirausaha, keberanian mengambil resiko, dan kemampuan membaca peluang. Jiwa berwirausaha tidak dimiliki dan dibawa sejak lahir, melainkan dapat dipelajari dalam kehidupan sehari-hari seperti belajar ilmu kewirausahaan dan belajar bagaimana menjadi wirausaha yang sukses. Dengan begitu, jiwa wirausaha seseorang akan muncul (Wibowo: 2011). Menurut Buchari (2012:12) dalam (Ramadian, dkk: 2015) menyatakan bahwa, "motivasi seseorang berwirausaha dipengaruhi motif berprestasi, yaitu suatu nilai sosial yang mengarah pada keinginan untuk pencapaian yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi, dengan faktor utama adanya kebutuhan yang harus terpenuhi".

Untuk memulai menjadi seorang wirausaha, salah satunya dapat dilakukan dengan menjalankan Usaha Mikro Kecil. Sejak krisis ekonomi melanda Indonesia pada bulan Juli 1997 yang diawali dengan menurunnya nilai tukar mata uang rupiah yang meruntuhkan banyak usaha besar, banyak usaha mikro, kecil yang tetap bertahan menghadapi krisis ekonomi, dan jumlahnya meningkat dengan pesat, serta memiliki daya tahan yang kuat, karena permodalannya banyak yang berasal dari dana sendiri yaitu sekitar 73%. Usaha mikro, kecil merupakan salah satu pendorong terkuat dalam pembangunan ekonomi (Pramiyanti: 2008). Selain itu usaha mikro kecil berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan (Ratnawati dan Hikmah: 2013).

Menurut Frinces (2004:79) menjadi wirausaha adalah pilihan yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah atau kualitas diri dengan meningkatkan tingkat kemakmurannya. Berdasarkan teori Mc. Clelland menurut Suryana (2014:50) wirausaha yang mendirikan usaha mikro dan kecil berupa rumah makan memiliki faktor pemicu seperti: Kebutuhan akan prestasi yaitu keinginan untuk menunjukkan prestasinya dengan cara mendirikan dan mengelola usaha sendiri sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, adanya keinginan untuk dapat meningkatkan taraf hidup tanpa terikat pekerjaan dengan orang lain, keinginan untuk dapat bekerja secara mandiri, berani mengambil risiko, menjadi wirausaha dapat dikatakan merupakan suatu pilihan bagi orang yang sulit mendapat pekerjaan dan bagi orang yang ingin berprestasi. Kebutuhan akan kekuasaan yaitu adanya keinginan kuat untuk memerintah. Kebutuhan akan afiliasi yaitu adanya keinginan kuat untuk menjalin persahabatan dengan orang lain. Motivasi seseorang untuk menjadi wirausaha dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan yaitu berupa sikap yang inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil resiko, agresif dalam bersaing, dan otonomi.

Menurut Ayodya (2007) selain itu, motivasi seseorang untuk menjalankan bisnis khususnya rumah makan antara lain karena makan merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Manusia tidak mungkin menghentikan kebutuhan untuk makan setiap hari. Tanpa makan, orang tidak mempunyai tenaga dan tidak dapat melangsungkan hidupnya. Bahan baku untuk usaha ini sangat mudah didapat. Untuk membuka usaha rumah makan termasuk warung makan, tidak membutuhkan modal yang sangat besar, cukup dengan modal kurang lebih Rp.10.000.000,- saja. Sehingga banyak orang yang dapat merealisasikan

keinginan untuk menjalankan bisnis ini. Apalagi pangsa pasar bisnis di bidang makanan sangat terbuka lebar, dan dapat mencakup semua kalangan didukung dengan sebagian besar penduduk kota Semarang sangat menyukai wisata kuliner serta didukung dengan pemilihan lokasi yang strategis.

Semakin banyak warung makan yang bermunculan di lokasi yang strategis khususnya di perumahan Genuk Indah karena dekat dengan jalan raya, jalan cukup lebar, terdapat pasar di dalam perumahan tersebut sehingga mudah dalam pembelian bahan baku, dan secara tidak langsung merupakan pusat keramaian. Sebagian konsumen merupakan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) yang kos di perumahan Genuk Indah karena perumahan tersebut merupakan salah satu pemukiman terdekat dari UNISSULA. Oleh karena itu, bisnis kuliner di lokasi ini meningkat. Jadi, dapat dikatakan motivasi peneliti tertarik untuk meneliti kasus tersebut karena ingin mengetahui motivasi wirausaha usaha mikro, kecil yang memilih bisnis berupa rumah makan sederhana di lokasi tersebut. Usaha mikro dan kecil dalam penelitian ini mengambil kriteria menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menggunakan teori David Mc.Clelland untuk mengidentifikasi motivasi dalam membuka rumah makan di lokasi tersebut, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **”IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM MENJALANKAN USAHA MIKRO KECIL MENURUT TEORI MC.CLELLAND (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN DI PERUMAHAN GENUK INDAH SEMARANG)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada dan yang telah dibahas sebelumnya, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang menurut teori Mc. Clelland?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Wirausaha, penelitian ini dapat menjadi informasi, pedoman, penyemangat, dan sumber motivasi bagi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil rumah makan.
- b. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat menjadi informasi, mengajak masyarakat untuk ikut serta meningkatkan usaha skala mikro, kecil bahkan dapat memotivasi untuk menjadi pelaku usaha mikro dan kecil.

2. Manfaat Akademisi, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, sumber pengetahuan dan masukan dalam melakukan penelitian yang sejenis yaitu tentang identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha

Menurut Sunyoto (2013) kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Pengertian kewirausahaan dan wirausaha menurut beberapa ahli (dalam Sunyoto 2013:1-2):

1. Menurut Zimmerer (1996), kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan, atau kewirausahaan adalah mental dan sikap jiwa yang selalu aktif berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti meningkatkan penghasilan.
2. Menurut Roben (1996), kewirausahaan adalah suatu proses seseorang mengejar kesempatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi, tanpa mempedulikan sumber daya yang mereka kendalikan.

Menurut Sunyoto (2013) wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya atau hidupnya. Ia bebas merancang, menentukan, mengelola, mengendalikan semua usahanya. Menurut Frinces (2004:11) wirausaha adalah orang yang selalu bekerja keras dan kreatif untuk mencari peluang bisnis, mempergunakan peluang yang diperoleh, dan kemudian menciptakan alternative sebagai peluang bisnis baru dengan faktor keunggulan.

Menurut Subanar (2009:11) kewirausahaan merupakan segala sesuatu hal yang menyangkut teknik, metode, sistem serta berbagai strategi bisnis umum yang dapat dipelajari tentang sukses atau mundurnya seorang wirausaha. Pengertian wirausaha menurut beberapa ahli antara lain:

1. Schumpeter-1930: Wirausaha adalah orang yang memutuskan untuk mengambil alih risiko (*take a risk*) dalam memperkenalkan produk atau jasa-jasa baru (service, metode produksi, produk, peluang pasar, sumber-sumber) serta menciptakan teknologi baru untuk memajukan perekonomian dan mencapai tujuan-tujuannya.
2. Webster: Wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola, serta menanggung risiko atas keputusan bisnisnya tersebut.
3. Fillion-1988: Wirausaha adalah orang yang imajinatif, yang ditandai oleh kemampuannya dalam menetapkan sasaran serta dapat mencapai sasaran-sasaran itu. Juga memiliki kesadaran tinggi untuk menemukan peluang-peluang, membuat keputusan dengan menerapkan inovasi yang memiliki risiko moderat.
4. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka-1989: Wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat dengan mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

2.2. Definisi Motivasi

Menurut Suryana dan Kartib (2011:98) motivasi merupakan kondisi psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat

mencerminkan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi terletak dalam diri manusia dan tidak dapat dilihat dari luar. Motivasi mengarahkan manusia untuk melakukan perbuatan demi mencapai suatu tujuan tertentu (Mahesa: 2012). Menurut Robbins (2001:166) mendefinisikan motivasi sebagai kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi yang mengarah pada tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya tersebut untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Motivasi merupakan daya dorong untuk berusaha keras agar dapat mencapai tujuan tertentu, sesuai dengan kemampuan usahanya untuk memuaskan kebutuhan pribadi (Malinda 2002:113).

Sarwono 2000 (dalam Mushofa: 2010) motivasi merupakan suatu pendorong yang mengakibatkan seseorang melakukan suatu tindakan. Dorongan tersebut dapat muncul karena adanya tujuan dan kebutuhan. Menurut Buchari (2012:88) dalam Ramadian,dkk (2015:4) motivasi adalah kesediaan untuk melakukan sesuatu, terdapat motif di dalam motivasi, motif merupakan kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls.

Teori Motivasi Mc.Clelland menyatakan teori kebutuhan untuk berprestasi, yang diartikan sebagai pengaruh kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selalu berbuat lebih baik dan terus maju, dan memiliki tujuan yang nyata dengan mengambil tindakan beresiko yang benar-benar telah diperhitungkan.

Hal yang mendorong entrepreneur mengadakan kegiatan bukanlah harapan untuk memperoleh keuntungan, tetapi orang yang memiliki keinginan kecil untuk

berprestasi yang membutuhkan perangsang berupa uang agar dapat bekerja lebih keras. Uang bagi entrepreneur sejati merupakan ukuran keberhasilan.

Semakin besar/tinggi nilai *N-Ach* seseorang, semakin besar pula peluang untuk menjadi entrepreneur yang sukses (Nasution,dkk: 2007).

Mc Clelland (1971) dalam Suryana (2014:50) mengelompokkan kebutuhan dan motivasi wirausaha menjadi 3 yaitu:

1. Kebutuhan akan prestasi (*N.Ach= Need for achievement*): yaitu bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Seseorang dianggap mempunyai kebutuhan berprestasi yang tinggi, apabila ia mempunyai keinginan untuk berprestasi lebih baik .
2. Kebutuhan akan kekuasaan (*N.Pow=Need for power*): yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengontrol, dan menguasai orang lain. Seseorang dengan kebutuhan akan kekuasaan ingin mempunyai pengaruh atas orang lain.
3. Kebutuhan akan afiliasi (*N.Aff= Need for affiliation*): yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain.

2.2.1. Definisi Orientasi Kewirausahaan

Motivasi dalam berwirausaha dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, motivasi dapat didukung oleh adanya orientasi kewirausahaan. Menurut Lumpkin dan Dess (1996) dalam Gunarto (2013) orientasi kewirausahaan merupakan praktik, proses, metode, dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan perusahaan. Orientasi kewirausahaan dibagi menjadi 5 aspek yaitu:

1. Inovatif: yaitu bentuk sikap wirausaha untuk bertindak kreatif dalam proses pembuatan ide-ide dan gagasan-gagasan baru yang dapat menghasilkan produk atau jasa baru seperti melakukan percobaan dan pengembangan produk untuk pasar sekarang maupun pasar baru.
2. Proaktif: yaitu sikap atau gerak cepat, aktif, dinamis yang dilakukan wirausaha pada peluang pasar untuk mengungguli pesaing dengan cara memperkenalkan produk atau jasa baru, menciptakan perubahan agar tidak kalah bersaing dan menjadi yang terbaik di antara pesaingnya.
3. Berani Mengambil Resiko: yaitu keberanian wirausaha dalam menghadapi resiko, tantangan dan hambatan dengan tanggung jawab terhadap hasil yang penuh dengan ketidakpastian dan memasuki pasar yang baru.
4. Agresif dalam Bersaing: yaitu suatu bentuk reaksi perusahaan yang cenderung berkompetisi dalam mendapati permintaan yang ada dalam suatu pasar.
5. Otonomi: yaitu suatu kegiatan perusahaan yang dilakukan individu dan atau kelompok untuk memberikan pendidikan berkelanjutan serta beberapa ide bisnis / visi dan cara mencapainya dalam suatu penyelesaian.

2.3. Usaha Mikro dan Kecil

Pada umumnya, usaha mikro kecil (UMK) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan sering dikatakan dengan usaha yang bermodal terbatas. Usaha ini sering juga dikaitkan dengan usaha rakyat kecil. Padahal UMK merupakan sarana yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi angkatan kerja yang membutuhkan pekerjaan. Selain itu, UMK juga mampu mendukung usaha besar dalam menyalurkan produk usaha besar ke konsumen.

Definisi usaha mikro dan kecil menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan / badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 terdapat kriteria usaha mikro dan usaha kecil berdasarkan total kekayaan bersih (asset) dan total hasil penjualan tahunan (omzet) yaitu:

1. Usaha Mikro memiliki kriteria sebagai berikut:
 - a. Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00.

2. Usaha Kecil memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00.

Kriteria jumlah tenaga kerja menurut Asian Development Bank dalam Sukezi (2007) yaitu:

1. Usaha Mikro: 1 - 5 orang
2. Usaha Kecil: 6 - 20 orang

Menurut Subanar (2009) usaha kecil merupakan pilihan strategi alternatif untuk mendukung pembangunan perekonomian dalam Pembangunan Jangka Panjang Tahap ke-II (PJPT-II) di Indonesia.

Pembahasan mengenai usaha kecil tidak lepas dari pemahaman tentang lingkungan dan sistem perusahaan berskala kecil serta pengusahanya. Perusahaan kecil dapat digolongkan menjadi 2 bentuk yaitu:

1. Usaha Perseorangan: Bertanggung jawab kepada pihak ketiga atau pihak lain (konsumen) dengan dukungan harta kekayaan perusahaan yang merupakan milik pribadi dari pengusaha yang bersangkutan. Skala usahanya relative kecil, lebih mudah didirikan karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan bertahap seperti bentuk-bentuk usaha lainnya.

2. Usaha Persekutuan: Berusaha mencapai tujuan-tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Merupakan bentuk kerjasama dari beberapa orang yang bertanggung jawab secara pribadi terhadap kewajiban-kewajiban usaha persekutuannya. Bentuk pertanggungjawaban dan pola kepemimpinannya berbeda-beda menurut bentuk-bentuk persekutuan yang dibentuk.

2.4. Rumah Makan

Rumah makan sederhana atau sering disebut juga warung makan merupakan merupakan usaha skala mikro dan kecil yang menjual makanan. Rumah makan ini sering dikunjungi oleh orang kalangan menengah bawah, namun juga tidak menutup kemungkinan orang kalangan menengah atas juga sering mengunjunginya.

Maka dari itu, rumah makan memiliki pangsa pasar yang luas karena dapat mencakup semua kalangan (Ayodya:2008).

Menurut Ayodya (2007:3-5) jenis-jenis usaha rumah makan dan skalanya adalah sebagai berikut:

1. Cafe: Merupakan rumah makan untuk segmen kelas menengah ke atas. Biasanya terletak di mal atau plaza, hotel berbintang, pusat perkantoran, pusat kota.
2. Restoran: Merupakan rumah makan untuk segmen kelas menengah dan bisa juga untuk kalangan atas. Biasanya terdapat di pusat kota, pusat perbelanjaan, dan pemukiman penduduk.
3. Warung makan: Merupakan rumah makan kelas menengah ke bawah. Pada umumnya, warung makan terdapat di sekitar perkantoran, mal, dan

pemukiman penduduk dengan tempat dan peralatan yang sederhana. Warung makan sering disebut juga kedai makan, kantin, warung tegal, dan lain-lain.

4. Kaki lima: Merupakan tempat makan yang jelas ditujukan untuk kelas ekonomi ke bawah. Namun, ada juga kalangan atas yang sering mengunjungi, karena rasa makanannya yang enak. Biasanya kaki lima terdapat di pinggir jalan, pinggir/emperan toko, dan di bawah tenda.

Kelebihan bisnis rumah makan antara lain:

1. Dapat menghasilkan banyak keuntungan apabila bisnis rumah makan yang dijalankan sangat laris, karena pada umumnya laba usaha di bidang makanan mencapai 30%.
2. Untuk memulai usaha rumah makan khususnya skala kecil, modal yang diperlukan tidak terlalu besar.
3. Usaha rumah makan dapat dijadikan dan dijalankan sebagai usaha sampingan dan rumahan, sehingga tidak mengganggu pekerjaan utama.

Kelemahan bisnis rumah makan antara lain:

1. Jika usaha rumah makan yang dikelola kurang laris maka akan ada bahan makanan / masakan yang sisa dan menjadi busuk/basi karena tidak laku sehingga bahan makanan tersebut tidak dapat dipakai lagi dan otomatis akan menyebabkan kerugian.
2. Apabila rumah makan kurang higienis, maka dapat memicu makanan terkena bakteri dan bahkan dapat menyebabkan keracunan pada pelanggan, sehingga citra rumah makan akan menjadi buruk dan dapat

membuat kehilangan banyak pelanggan. Rumah makan harus mengutamakan ke higienisan.

3. Jika menu yang disediakan mempunyai rasa yang kurang disukai dan kurang enak, otomatis usaha rumah makan tersebut akan sepi pelanggan.

(Ayodya 2007:5-6) banyak orang yang ingin menjalankan bisnis kuliner seperti rumah makan karena berbagai macam alasan yang seperti:

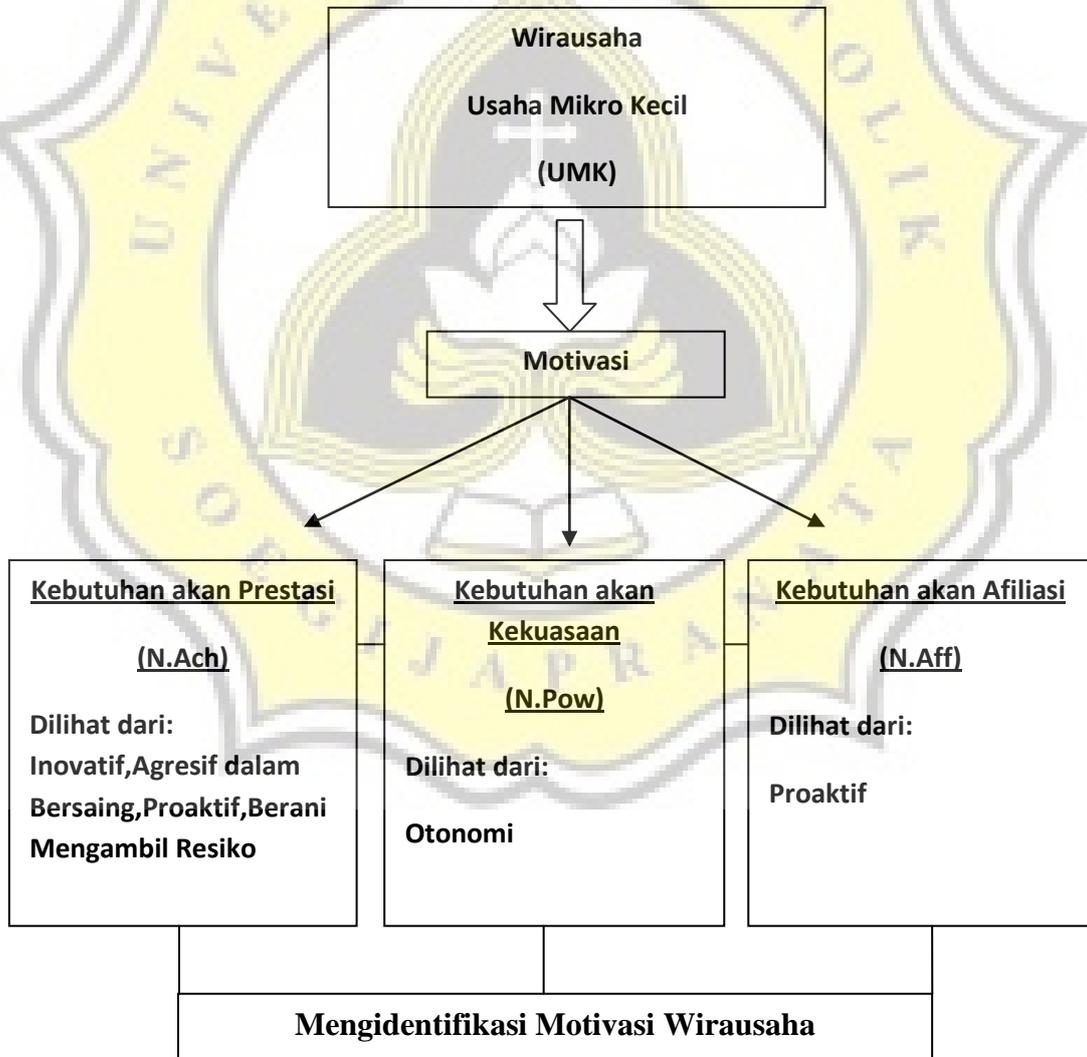
1. Makan merupakan kebutuhan primer
2. Semua orang butuh makan
3. Mempunyai hobi/kemampuan memasak
4. Peluang bisnis ini cukup besar
5. Memiliki resep khas yang mungkin akan banyak disukai karena rasanya enak
6. Memiliki pendidikan dalam bidang kuliner
7. Tertarik dengan laba yang cukup besar
8. Tertarik pada keberhasilan pengusaha kuliner atau rumah makan yang ada

Menurut Ayodya (2008:13-14) ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi rumah makan antara lain:

1. Terletak di sekitar jalan utama atau jalan raya
2. Terletak di sekitar pusat keramaian
3. Tempat pembelian bahan baku dekat
4. Akses jalan lancar / tidak macet
5. Jauh dari kriminalitas
6. Jalan cukup luas

7. Lingkungan sekitarnya nyaman
8. Tidak kacau
9. Mudah dijangkau
10. Merupakan lingkungan tempat makan yang banyak didatangi orang
11. Terdapat tempat parkir yang memadai
12. Terdapat perumahan di sekitarnya
13. Terdapat perkantoran di sekitarnya

2.5. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 2.5. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam berwirausaha, khususnya menjadi pelaku wirausaha usaha mikro kecil tentunya ada hal yang memotivasi mereka untuk menjalankan usaha tersebut. Berdasarkan teori Mc.Clelland, terdapat tiga hal yang memotivasi seseorang dalam berwirausaha yaitu untuk memenuhi kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Kebutuhan prestasi dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan inovatif, agresif dalam bersaing, proaktif, berani mengambil resiko. Kebutuhan akan kekuasaan dapat dilihat dari otonomi. Kebutuhan akan afiliasi dapat dilihat dari proaktif. Untuk menjadi wirausaha, setiap orang pasti memiliki motivasi. Maka, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro, kecil rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang.

2.6. Definisi Operasional

Berdasarkan teori David Mc.Clelland, terdapat 3 kebutuhan dalam motivasi berwirausaha yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Motivasi tersebut dapat dilihat dari orientasi kewirausahaan yang terdiri dari inovatif, proaktif, berani mengambil resiko, agresif dalam bersaing, dan otonomi. Maka, dapat dikatakan indikator motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan akan prestasi (*N.Ach= Need for achievement*): yaitu bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Kebutuhan akan prestasi dilihat dari inovatif, proaktif, agresif dalam bersaing, dan berani mengambil resiko maka, indikatornya antara lain:

Inovatif:

- a. Menciptakan atau menambah variasi atau beragam menu seperti ramesan / aneka masakan berkuah.
- b. Mempunyai resep khas yang berbeda dengan pesaing.

Agresif dalam bersaing dan Proaktif:

- c. Memasarkan dan mempromosikan produk dengan *delivery order*, membagi brosur, memberi bonus.

Proaktif:

- d. Mempunyai konsumen lebih dari 10 orang per hari.

Kebutuhan akan Prestasi:

- e. Dapat meningkatkan pendapatan dan omzet.

Berani Mengambil Resiko:

- f. Berani mengatasi masalah dan menanggung resiko bila makanan tidak laku, bila ada pelanggan yang komplain / protes.
- g. Berani menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat.

2. Kebutuhan akan kekuasaan (*N.Pow=Need for power*): yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengontrol, dan menguasai orang lain.

Seseorang dengan kebutuhan akan kekuasaan ingin mempunyai pengaruh atas orang lain. Kebutuhan akan kekuasaan dilihat dari otonomi maka, indikatornya antara lain:

Kebutuhan akan Kekuasaan:

- a. Karyawan mematuhi permintaan / perintah dari pemilik rumah makan.
- b. Bangga sebagai pemilik rumah makan.
- c. Memiliki keinginan untuk lebih unggul dari rumah makan lain.
- d. Dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan.

Otonomi:

- e. Mempunyai tanggung jawab yang tinggi atas segala keputusan / ide yang telah dibuat seperti menentukan porsi makanan yang akan dijual.
 - f. Mengambil keputusan sendiri sebagai pemilik rumah makan.
3. Kebutuhan akan afiliasi (*N.Aff= Need for affiliation*): yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Kebutuhan akan afiliasi dilihat dari proaktif maka, indikatornya antara lain:

Kebutuhan akan Afiliasi:

- a. Senang membina persahabatan dengan orang lain yaitu konsumen, pesaing, mitra rumah makan.
- b. Tidak menyukai adanya perselisihan dengan pesaing yaitu rumah makan lain maupun dengan orang lain.

- c. Melayani konsumen dengan ramah untuk menjaga kepuasan konsumen dan nama baik rumah makan.

Proaktif:

- d. Memiliki hubungan kerjasama seperti dengan penjual kerupuk, pedagang sayur/daging, penjual es batu.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini adalah usaha mikro kecil yang bergerak di bidang makanan yaitu rumah makan dan termasuk juga warung makan yang berada di wilayah perumahan Genuk Indah Semarang dan sekitarnya.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2009:80). Populasi dari penelitian ini meliputi semua usaha rumah makan yang berada di perumahan Genuk Indah yang termasuk pada kriteria utama yaitu memiliki hasil penjualan tahunan / omzet maksimal Rp.2.500.000.000,00. Berdasarkan wawancara, jumlah populasi yang memenuhi kriteria tersebut yaitu 25. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2009:81). Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive* atau sampling bertujuan yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2009:85). Penelitian ini memilih teknik *sampling purposive* karena terdapat kriteria-kriteria tertentu antara lain:

1. Rumah makan yang tergolong skala kecil yang memiliki usia minimal 3 tahun. Rumah makan yang dipilih yaitu rumah makan termasuk warung

makan dan minimal berusia 3 tahun, karena usia tersebut dapat dinilai cukup matang bagi wirausaha yang menjalankan usaha rumah makan.

2. Memiliki hasil penjualan tahunan (omzet) maksimal Rp.2.500.000.000,00. Menurut Undang-Undang No. 20. Tahun 2008 kriteria omzet usaha mikro Rp.300.000.000,00 dan omzet usaha kecil Rp.2.500.000.000,00.

Berdasarkan wawancara, rumah makan / warung makan di perumahan Genuk Indah yang memenuhi kriteria-kriteria diatas terdapat 5 rumah makan, maka penelitian ini mengambil sampel 5 rumah makan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono: 2009). Menurut Suharsimi (2005:64) sumber primer adalah sumber bahan atau dokumen yang dikemukakan atau digambarkan sendiri oleh pihak atau orang yang hadir pada waktu kejadian yang digambarkan tersebut berlangsung. Kedudukan sumber primer sangat penting karena keaslian dan kemurnian isi sumber bahan lebih terpercaya dibandingkan dengan sumber sekunder.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan pembagian kuesioner atau angket dan wawancara. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dalam penelitian ini berupa pernyataan tertutup yaitu memberikan kuesioner secara

langsung kepada responden karena dengan adanya tatap muka dengan responden akan dapat menghasilkan data yang obyektif dan cepat (Sugiyono: 2009). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan responden. Data kualitatif yang diperoleh melalui kuesioner, kemudian diolah secara kuantitatif menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial tersebut telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data penelitian deskriptif yaitu merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif tidak diperlukan administrasi dan pengontrolan terhadap perlakuan. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan.

Analisis data dengan teknik analisis deskriptif, masih bersifat non statistik, dan walaupun dikemukakan juga sedikit penggunaan angka-angka, masih sangat sederhana yaitu baru frekuensi dan presentase (Suharsimi: 2005).

Hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis data adalah memeriksa dan memastikan semua pertanyaan/pernyataan sudah terisi lengkap oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini memiliki 3 indikator motivasi yaitu

kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Setiap indikator mengandung pernyataan. Pernyataan nomor 1-7 berisi tentang kebutuhan akan prestasi. Pernyataan nomor 8-13 berisi tentang kebutuhan akan kekuasaan. Pernyataan nomor 14-17 berisi tentang kebutuhan akan afiliasi.

Dalam kuesioner yang dibagikan terdapat 5 kategori yang memiliki masing-masing skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
- b. Setuju (S) : Skor 4
- c. Netral (N) : Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

Hasil jawaban yang telah diperoleh dari kuesioner, perlu diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat tabel tabulasi data mentah berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner (STS=1; TS=2; N=3; S=4; SS=5).
2. Menghitung frekuensi jawaban responden. Frekuensi diperoleh dari jumlah responden yang menjawab pada masing-masing kategori jawaban dalam kuesioner.
3. Mengalikan frekuensi dengan skor yang dimiliki kuesioner seperti tertera pada nomor 1.
4. Menjumlahkan semua skor yang telah dikalikan oleh frekuensi untuk menentukan total skor. Total skor ini pada akhirnya akan di rata-rata untuk

mengetahui hasil dan kategori keseluruhan setiap kebutuhan dalam motivasi.

5. Membuat rentang skala.

Menurut Umar (2001:164) Rumus menghitung rentang skala adalah:

$$RS = \frac{n (\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah responden

m = Jumlah kategori

Rentang skala setiap kategori, perhitungannya yaitu:

$$RS = \frac{5 (5-1)}{2}$$

$$RS = \frac{20}{2}$$

$$RS = 10$$

Berdasarkan rentang skala, maka dapat ditentukan kategori motivasi wirausaha adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5. Kategori Rentang Skala Motivasi

Rentang Skala	Kebutuhan akan Prestasi	Kebutuhan akan Kekuasaan	Kebutuhan akan Afiliasi	Keseluruhan Kategori Motivasi
5 - 15	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
15,1 – 25	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2016

- Menentukan kategori tinggi atau rendahnya motivasi wirausaha yang dilihat dari total skor pada setiap indikator berdasarkan rentang skala yang telah ditentukan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu wirausaha berskala mikro dan kecil berupa rumah makan maupun warung makan yang berada di perumahan Genuk Indah Semarang. Responden yang diambil sebanyak 5 pemilik rumah makan maupun warung makan yang sesuai dengan kriteria dalam teknik pengambilan sampel. Data responden penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden

No.	Nama	Usia (tahun)	Pendidikan Terakhir	Lokasi Usaha	Lama Usaha (tahun)	Jumlah Karyawan	Rata-Rata Omzet per Tahun (Rp)
1.	Maria	57	SMA	Jl. Kapas Raya Utara No. 22	9	2 orang	216.000.000
2.	Sri	60	SMP	Jl. Kapas Raya Utara No. 824	20	5 orang	288.000.000
3.	Sugianto	42	SMA	Jl. Kapas Utara Raya No. 226	12	2 orang	252.000.000
4.	Fatimah	43	SMP	Jl. Padi Tengah I	13	1 orang	180.000.000
5.	Anik	33	SMA	Jl. Padi Raya No. 637	13	2 orang	234.000.000

Sumber: Data Primer, 2016

4.1.1. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Berdasarkan jenis kelamin dan usia responden, dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin dan Usia Responden

Jenis Kelamin	Usia Responden (Tahun)						Total	
	30-40 Tahun		40-50 Tahun		50-60 Tahun			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	-	-	1	20	-	-	1	20
Perempuan	1	20	2	40	1	20	4	80
Total:	1	20	3	60	1	20	5	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui presentase responden laki-laki yaitu 1 orang atau 20% dengan usia 40-50 tahun. Sedangkan presentase responden perempuan yaitu 4 orang atau 80% yang terdiri dari 1 orang atau 20% berusia 30-40 tahun, 2 orang atau 40% berusia 40-50 tahun, dan 1 orang atau 20% berusia 50-60 tahun.

4.1.2. Jumlah Karyawan dan Lama Usaha

Berdasarkan jumlah karyawan dan lama usaha, responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.3**Jumlah Karyawan dan Lama Usaha**

Jumlah Karyawan	Lama Usaha (Tahun)						Total	
	3-9 Tahun		10-16 Tahun		17-23 Tahun			
	F	%	F	%	F	%	F	%
1 orang	-	-	1	20	-	-	1	20
2 orang	1	20	2	40	-	-	3	60
3 orang	-	-	-	-	-	-	-	-
4 orang	-	-	-	-	-	-	-	-
5 orang	-	-	-	-	1	20	1	20
Total:	1	20	3	60	1	20	5	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui presentase lama usaha rumah makan 3-9 tahun, 1 orang responden atau 20% memiliki 2 karyawan. Lama usaha 10-16 tahun, 1 orang responden atau 20% memiliki 1 karyawan dan 2 orang responden atau 40% memiliki 2 orang karyawan. Sedangkan lama usaha 17-23 tahun, 1 orang responden atau 20% memiliki 5 orang karyawan.

4.1.3. Pendidikan Terakhir dan Jenis Makanan Responden

Berdasarkan pendidikan dan jenis makanan, responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.4**Pendidikan Terakhir dan Jenis Makanan**

Pendidikan	Jenis Makanan						Total	
	Ramesan		Masakan Berkuah		Penyetan			
	F	%	F	%	F	%	F	%
SMP	2	40	-	-	-	-	2	40
SMA	1	20	1	20	1	20	3	60
Total:	3	60	1	20	1	20	5	100

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui presentase pendidikan terakhir responden SMP terdapat 2 orang atau 40% yang menjual ramesan. Sedangkan pendidikan terakhir responden SMA terdapat 3 orang atau 60% yang terdiri dari 1 orang atau 20% menjual ramesan, 1 orang atau 20% menjual masakan berkuah, 1 orang atau 20% menjual penyetan.

4.2. Analisis Hasil Penelitian

Analisis hasil penelitian berikut ini menggunakan analisis deskriptif dengan menganalisa jawaban masing-masing indikator dari wirausaha rumah makan skala mikro dan kecil. Bagian ini menyajikan uraian hasil jawaban yang diperoleh untuk mengetahui tinggi atau rendahnya motivasi wirausaha rumah makan di Perumahan Genuk Indah menurut teori Mc. Clelland yang terdiri dari kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi.

4.2.1. Kebutuhan akan Prestasi

Kebutuhan akan prestasi yaitu bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Seseorang dianggap mempunyai kebutuhan berprestasi yang tinggi, apabila ia mempunyai keinginan untuk berprestasi lebih baik. Kebutuhan akan prestasi dapat dilihat dari inovatif, agresif dalam bersaing, proaktif, dan berani mengambil resiko. Berikut hasil analisis kebutuhan akan prestasi:

Tabel 4.5

Tabel Frekuensi Kebutuhan Akan Prestasi

No	Kebutuhan Akan Prestasi	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total Score	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1.	Saya menciptakan atau menambah variasi / beragam menu untuk dijual seperti ramesan / aneka masakan berkuah.	0	0	1	2	0	0	1	4	3	15	21	Tinggi
2.	Saya mempunyai resep khas yang berbeda dengan pesaing.	0	0	2	4	0	0	1	4	2	10	18	Tinggi
3.	Saya memasarkan produk dengan cara yang unik seperti <i>delivery order</i> , membagi brosur, memberikan bonus.	1	1	2	4	0	0	1	4	1	5	14	Rendah
4.	Saya mempunyai konsumen lebih dari 10 orang per hari.	0	0	0	0	0	0	0	0	5	25	25	Tinggi
5.	Pendapatan usaha saya meningkat.	0	0	1	2	2	6	2	4	0	0	12	Rendah
6.	Saya dapat mengatasi sendiri masalah yang ada dan berani mengambil resiko bila makanan tidak laku terjual / bila ada pelanggan yang komplain.	0	0	0	0	1	3	3	12	1	5	20	Tinggi
7.	Saya berani menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat.	0	0	1	2	0	0	1	4	3	15	21	Tinggi
Rata-Rata Skor:											18,7	Tinggi	

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa kebutuhan akan prestasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil berupa rumah makan memiliki rata-rata skor 18,7. Artinya, wirausaha memiliki kebutuhan akan prestasi yang tinggi. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dimana 4 responden menciptakan atau menambah beragam menu untuk dijual, terutama

ramesan dan masakan berkuah.3 responden mempunyai resep khas dari keluarga yang berbeda dengan pesaing agar makanan memiliki rasa yang lebih enak.

Pada indikator memasarkan produk/masakan dengan cara *delivery order*, membagi brosur, memberi bonus tergolong kategori rendah karena hanya 1 responden yang aktif melakukan salah satu teknik pemasaran tersebut. Menurut mereka, hal tersebut akan menambah pengeluaran. Pada indikator meningkatnya pendapatan juga tergolong kategori rendah karena mayoritas responden tidak dapat memastikan pendapatan akan naik setiap harinya. Pendapatan minimal responden dalam sehari mencapai Rp.400.000,00.

Semua responden memiliki konsumen lebih dari 10 orang per hari, bahkan minimal 30 orang yang didominasi oleh mahasiswa-mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung yang kos di perumahan Genuk Indah karena merupakan perumahan terdekat dari Universitas tersebut. Selain itu, responden dapat mengatasi masalah bila makanan tidak laku dengan cara diolah ulang untuk dijual kembali selama masih layak atau dikonsumsi sendiri, serta bila ada konsumen yang komplain, maka responden akan bertanggung jawab dan menuruti permintaan konsumen. Lalu, mereka juga bersedia menerima pesanan jumlah besar untuk acara syukuran, arisan, rapat karena dapat menambah penghasilan. Namun ada 1 responden yang tidak menerima pesanan karena terlalu repot dan kurang memiliki tenaga kerja.

Dalam kebutuhan akan prestasi, dari ketujuh indikator yang ada, terdapat 2 indikator yang memiliki kategori rendah, yaitu indikator memasarkan produk dengan cara *delivery order*, membagi brosur, memberi bonus, dan pada indikator pendapatan usaha meningkat. Indikator yang memiliki nilai paling besar yaitu

mempunyai konsumen lebih dari 10 orang per hari. Jadi dapat dikatakan rumah makan mereka laris.

Analisis diatas didukung dengan hasil wawancara terkait kebutuhan akan prestasi sebagai berikut:

Tabel 4.6

Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Prestasi

1. Apa saja menu yang anda jual? Apakah selalu ada menu masakan baru setiap hari?		Kesimpulan
Responden 1:	Aneka masakan Indonesia, termasuk ramesan setiap hari ganti menu.	3 responden menjual ramesan, 1 responden menjual masakan berkuah, dan 1 responden menjual penyetan. Responden yang menjual ramesan selalu menghadirkan jenis masakan baru setiap hari.
Responden 2:	Menu tetap yaitu pecel, nasi rames, mangut, macam-macam masakan. Ada masakan baru setiap hari seperti gudeg, opor, tumis sayur, dan lain-lain.	
Responden 3:	Tahu, tempe, telur, ayam, ikan penyet. Setiap hari menu yang dijual tetap seperti itu.	
Responden 4:	Soto, nasi rames. Masakan nasi rames berubah setiap hari.	
Responden 5:	Aneka masakan berkuah yaitu rawon, kari ayam, sup sapi. Ada menu baru yaitu rica-rica ayam dan asem-asem sapi.	
2. Apakah anda mempunyai resep khas yang berbeda dengan orang lain?		Kesimpulan
Responden 1:	Tidak ada resep khusus, resep yang digunakan adalah resep pada umumnya.	3 responden mempunyai resep khas dan rahasia yang berbeda dengan pesaing.
Responden 2:	Ada resep sedap warisan turun temurun dari keluarga.	
Responden 3:	Punya resep sambal sendiri yang rasanya berbeda dengan sambal penyetan lain.	
Responden 4:	Tidak ada, hanya resep biasa saja.	
Responden 5:	Ya, mempunyai resep dari orang tua saya yang membuat masakan lebih enak.	
3. Bagaimana cara anda memasarkan produk? Apakah anda memasarkan produk dengan <i>delivery order</i> , membagi brosur, memberi bonus pada pelanggan yang datang?		Kesimpulan
Responden 1:	Dulu pernah membagi brosur, sekarang hanya pasang MMT.	Mayoritas responden tidak melakukan <i>delivery order</i> ,
Responden 2:	Tidak pernah karena butuh biaya khusus.	
Responden 3:	Ya, melayani <i>delivery order</i> , memberi bonus terong goreng pada pembeli selama masih ada.	

Responden 4:	Saya tidak pernah melakukan seperti itu, karena kurang modal	pembagian brosur, dan memberi bonus karena membutuhkan biaya tambahan dan menambah pengeluaran.
Responden 5:	Belum pernah, saya hanya memasang layar saja.	
4. Biasanya, mayoritas konsumen anda berasal dari kalangan apa? Kira-kira berapa jumlah konsumen anda dalam sehari?		Kesimpulan
Responden 1:	Orang-orang yang tinggal di sini, mahasiswa-mahasiswi. Kira-kira 30-40 orang sehari.	Mayoritas konsumen adalah mahasiswa-mahasiswi, karyawan dan penduduk setempat. Konsumen dalam sehari minimal 30 orang.
Responden 2:	Mahasiswa-mahasiswi, karyawan, penduduk setempat jumlahnya hingga 60 orang.	
Responden 3:	Mahasiswa-mahasiswi. Sehari ada 50 pembeli lebih.	
Responden 4:	Pegawai kantor/pabrik, penduduk sekitar. Konsumen sekitar 30-40 orang sehari.	
Responden 5:	Ibu-Ibu, mahasiswa-mahasiswi. Konsumen dalam sehari kira-kira mencapai 50 orang bahkan lebih.	
5. Apakah pendapatan anda mengalami peningkatan per hari? Berapa kisaran pendapatan dalam sehari?		Kesimpulan
Responden 1:	Belum tentu meningkat setiap hari, hasilnya paling Rp.500.000,- hingga Rp.700.000,-.	Pendapatan minimal dalam sehari Rp. 400.000,00. Namun belum tentu pendapatan setiap hari meningkat.
Responden 2:	Ya, kadang-kadang. Sehari minimal Rp.600.000,-,tapi biasanya mencapai Rp. 800.000,- bahkan bisa lebih.	
Responden 3:	Ya, lumayan. Bisa dapat Rp. 700.000,- kurang lebih.	
Responden 4:	Tidak tentu naik. Sekitar Rp.400.000,- sampai Rp. 600.000,-.	
Responden 5:	Sehari-hari pendapatan naik turun. Kadang dapat Rp. 600.000,- kadang Rp.700.000,-.	
6. Bagaimana anda menangani masalah seperti makanan tidak laku, adanya konsumen yang komplain?		Kesimpulan
Responden 1:	Jarang tidak laku, kalau ada ya dimakan sendiri. Jika ada yang protes saya minta maaf dan tidak mengulangi kesalahan.	Makanan yang tidak laku biasanya diolah dan dijual lagi selama tidak basi atau dikonsumsi sendiri. Mereka dapat melayani dengan baik konsumen yang komplain.
Responden 2:	Dibawa pulang, dibagikan keluarga. Kalau ada pelanggan yang komplain saya penuhi permintaannya.	
Responden 3:	Saya jual kembali karena tidak basi. Saya tanggap dan bertanggung jawab bila ada yang komplain.	
Responden 4:	Diolah dan dijual lagi besoknya selama masih bisa. Kalau ada yang protes saya turuti kemauan pembeli.	
Responden 5:	Saya makan sendiri. Jika ada yang mengkritik, saya terima dan layani dengan baik.	

7. Apakah anda bersedia menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya bersedia, bisa menambah pelanggan dan banyak yang tahu tentang rumah makan saya.	Mayoritas responden bersedia menerima pesanan karena dapat menambah penghasilan. Hanya ada 1 responden yang tidak berani menerima pesanan.
Responden 2:	Ya, karena dapat menambah penghasilan.	
Responden 3:	Bersedia, karena banyak peluang, bisa mendapatkan untung banyak, banyak orang yang kenal dengan usaha saya.	
Responden 4:	Tidak berani kalau jumlahnya besar karena repot dan kurang tenaga.	
Responden 5:	Bersedia, karena bisa mendapat untung lebih.	

Sumber: Data Primer, 2016

4.2.2. Kebutuhan Akan Kekuasaan

Kebutuhan akan kekuasaan yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengontrol, dan menguasai orang lain. Seseorang dengan kebutuhan akan kekuasaan ingin mempunyai pengaruh atas orang lain. Kebutuhan akan kekuasaan dapat dilihat dari otonomi. Berikut hasil analisis kebutuhan akan kekuasaan:

Tabel 4.7

Tabel Frekuensi Kebutuhan Akan Kekuasaan

No	Kebutuhan Akan Kekuasaan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total Score	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
8.	Karyawan mematuhi permintaan dan perintah saya.	0	0	0	0	1	3	3	12	1	5	20	Tinggi
9.	Saya bangga sebagai pemilik rumah makan / warung makan.	0	0	0	0	0	0	1	4	4	20	24	Tinggi
10.	Saya selalu memiliki keinginan untuk lebih unggul dari rumah makan lain.	0	0	1	2	1	3	2	8	1	5	18	Tinggi

11.	Saya dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan.	0	0	0	0	1	3	4	16	0	0	19	Tinggi
12.	Saya mempunyai tanggung jawab yang tinggi atas segala keputusan / ide yang telah dibuat seperti menentukan porsi makanan yang akan dijual.	0	0	0	0	1	3	2	8	2	10	21	Tinggi
13.	Saya mengambil keputusan sendiri sebagai pemilik rumah makan.	2	2	0	0	0	0	1	4	2	10	16	Tinggi
Rata-Rata Skor:												19,6	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa kebutuhan akan kekuasaan wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil berupa rumah makan memiliki rata-rata skor 19,6. Artinya, responden memiliki kebutuhan akan kekuasaan yang tinggi. Pada kebutuhan akan kekuasaan ini terdapat 6 indikator yang masing-masing indikator tergolong memiliki kategori tinggi. Mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju pada setiap indikator. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dimana karyawan mematuhi permintaan dan perintah pemilik rumah makan, bersikap sopan, menjalankan tugas dengan baik dan tanpa disuruh.

Semua responden setuju bahwa mereka bangga sebagai pemilik rumah makan / warung makan karena mereka dapat memiliki penghasilan sendiri sesuai kemampuan yang dimiliki, dapat menyalurkan hobi, dapat mandiri, dan dapat meneruskan usaha keluarga. Semua responden juga memiliki keinginan untuk lebih unggul dari pesaing dengan melakukan pengembangan produk dari segi rasa, menu, harga, dan pelayanan.

Selain itu, responden juga senang dihormati dan dipandang baik oleh orang lain, karena merekapun juga melakukan hal tersebut terhadap orang lain. Sebagai seorang pemilik usaha, mereka mempunyai tanggung jawab tinggi atas segala keputusan/ide yang dibuat dalam mengatur semua pekerjaan seperti menentukan menu, mengatur keuangan, mengawasi kinerja karyawan dan menentukan porsi makanan yang akan dijual. Namun, dalam pengambilan keputusan, tidak semua responden mengambil keputusan sendiri. 2 dari 5 responden perlu perundingan dengan istri dan saudara kandungnya. Keputusan yang diambil misalnya seperti pengelolaan keuangan, pembelian bahan baku, penentuan porsi makanan, penentuan hari libur berjualan. Indikator yang memiliki nilai paling tinggi dari keenam indikator yaitu kebanggaan sebagai pemilik rumah makan karena semua responden menjawab setuju dan sangat setuju pada indikator tersebut karena dapat mempunyai dan menjalankan usaha sendiri sesuai dengan kemampuan atau hobi yang dimilikinya.

Analisis diatas didukung dengan rekapitulasi wawancara terkait kebutuhan akan kekuasaan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Kekuasaan

8. Bagaimana sikap karyawan / pekerja anda? Apakah karyawan anda selalu memenuhi perintah anda?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya, karyawan menghormati saya, sopan, dan patuh jika saya suruh.	Karyawan mematuhi semua perintah pemilik rumah makan dan menjalankan tugas dengan baik.
Responden 2:	Baik, selalu nurut, mengerjakan tugas tanpa disuruh.	
Responden 3:	Semua karyawan saya baik dan menjalankan tugasnya dengan benar.	
Responden 4:	Karyawan patuh dengan saya, namun kadang sering membolos.	
Responden 5:	Karyawan saya penurut, tahu apa yang harus dikerjakan.	

9. Apakah anda bangga mempunyai rumah/warung makan? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Bangga sekali, dapat memiliki penghasilan dengan menyalurkan hobi.	Semua responden bangga memiliki usaha rumah makan karena dapat memiliki pendapatan sesuai keahlian yang dimiliki.
Responden 2:	Ya, karena bisa meneruskan usaha keluarga.	
Responden 3:	Pasti, karena saya dapat mencari uang dengan menjual makanan yang mudah dibuat.	
Responden 4:	Bangga, dapat mencari uang sendiri tanpa mengandalkan suami.	
Responden 5:	Ya bangga, karena dapat mempunyai penghasilan sesuai keahlian yang saya miliki.	
10. Apakah anda mempunyai pesaing? Apa yang anda lakukan untuk mengungguli pesaing?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya, punya, yaitu pesaing yang letaknya di hadapan lokasi saya. Saya memberikan lebih banyak menu yang belum disediakan rumah makan lain.	Semua responden mempunyai pesaing. Untuk lebih unggul dari pesaing, mereka melakukan pengembangan dari segi rasa, variasi menu, harga dan layanan
Responden 2:	Ada banyak, salah satunya pesaing yang ada di depan saya. Saya membuat masakan dengan rasa yang sedap.	
Responden 3:	Pasti punya, saingan saya letaknya jauh. Saya memberikan layanan antar gratis dan memberi bonus terong goreng yang jarang dilakukan pesaing.	
Responden 4:	Punya, saingan saya yaitu warteg. Masakan yang saya jual harganya lebih murah daripada yang lain.	
Responden 5:	Ada, dengan menjual masakan yang jarang ada di daerah ini.	
11. Apakah anda senang bila dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Senang, berarti banyak orang yang menganggap saya baik.	Responden senang dihormati sebagai pemilik rumah makan. Mereka berhak untuk dihormati dan dipandang baik karena mereka juga bersikap demikian pada orang lain.
Responden 2:	Senang, tidak ada orang yang tidak mau dihormati termasuk saya.	
Responden 3:	Tentu, karena saya dapat mengelola rumah makan dengan baik.	
Responden 4:	Ya senang, karena saya juga menghormati orang lain.	
Responden 5:	Pasti, menandakan bahwa banyak orang yang suka dengan saya dan usaha saya.	
12. Apa saja tanggung jawab anda sebagai pemilik rumah makan? Apakah anda bertanggung jawab menentukan porsi makanan yang akan dijual?		Kesimpulan
Responden 1:	Mengatur dan mengawasi karyawan supaya kerja dengan benar. Masakan sudah diperkirakan habis terjual dalam sehari.	Tanggung jawab pemilik rumah makan adalah mengatur segala pekerjaan.
Responden 2:	Menentukan menu. Setiap hari Rabu menu saya kurangi supaya habis terjual, karena hari Kamis libur.	

Responden 3:	Memastikan pesanan ke alamat yang benar, porsi sehari-hari sama, saya selalu punya persediaan.	Mereka juga menentukan porsi agar habis terjual dalam sehari.
Responden 4:	Kalau karyawan tidak masuk, saya menangani semua pekerjaan sendiri. Porsi sudah ditetapkan setiap hari.	
Responden 5:	Membuat pelanggan puas, mengelola dan menyesuaikan keuangan dan pendapatan sesuai porsi yang laku.	
13. Apakah anda mengambil keputusan sendiri? Apa contohnya?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya. Setiap pembeli saya yang menjual karena saya yang tau takarannya.	3 responden mengambil keputusan sendiri, sedangkan 2 responden berunding dengan istri dan saudara kandung saat mengambil keputusan seperti dalam mengatur keuangan, menentukan porsi, pembelian bahan baku, dan menentukan hari berjualan.
Responden 2:	Tidak, saya bertanya dengan saudara kandung dalam menentukan menu dan menghitung untung.	
Responden 3:	Saya berunding dengan istri dalam mengatur keuangan.	
Responden 4:	Ya, contohnya membuka warung pada hari Minggu/hari libur tertentu.	
Responden 5:	Ya, contohnya dalam pembelian dan pemilihan daging, sayur yang baik.	

Sumber: Data Primer, 2016

4.2.3. Kebutuhan Akan Afiliasi

Kebutuhan akan afiliasi yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Kebutuhan akan afiliasi dapat dilihat dari proaktif. Berikut hasil analisis kebutuhan akan afiliasi:

Tabel 4.9

Tabel Frekuensi Kebutuhan Akan Afiliasi

No	Kebutuhan Akan Afiliasi	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total Score	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
14.	Saya senang membina persahabatan dengan orang lain seperti dengan konsumen, pesaing, mitra rumah makan.	0	0	0	0	2	6	1	4	2	10	20	Tinggi
15.	Saya tidak menyukai adanya perselisihan dengan pesaing yaitu rumah makan lain maupun dengan orang lain.	0	0	0	0	1	3	3	12	1	5	20	Tinggi
16.	Saya melayani konsumen rumah makan dengan ramah.	0	0	0	0	1	3	2	8	2	10	21	Tinggi
17.	Saya memiliki hubungan kerjasama seperti dengan penjual kerupuk, tukang sayur, penjual es batu.	0	0	1	2	0	0	2	8	2	10	20	Tinggi
Rata-Rata Skor:												20,2	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa kebutuhan akan afiliasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro dan kecil berupa rumah makan memiliki rata-rata skor 20,2. Artinya, responden memiliki kebutuhan akan afiliasi yang tinggi. Pada kebutuhan akan afiliasi ini terdapat 4 indikator yang masing-masing indikator tergolong memiliki kategori tinggi.

Dapat diartikan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dimana semua responden setuju bahwa mereka senang membina persahabatan dengan orang lain seperti dengan konsumen, pesaing, dan mitra rumah makan. Namun khususnya dengan konsumen dan mitra rumah makan. 4 orang responden mengatakan mereka mengenal dan berteman dengan konsumen, mitra, pesaing. Hubungan mereka

hanya sekedar mengenal dan berteman, tidak bersahabat terlalu erat. Tidak ada sebuah organisasi/perkumpulan yang menyatukan sesama pemilik rumah makan. Semua responden tidak menyukai adanya perselisihan dengan siapa saja termasuk dengan pesaing. Walaupun mereka jarang berkomunikasi karena lokasi yang cukup jauh dengan pesaing, namun mereka tidak berselisih. Mereka lebih memilih bersaing secara sehat.

Selain itu, sebagai seorang pemilik rumah makan, tentunya mereka selalu ramah, sopan, senyum dalam melayani konsumen agar dapat menambah konsumen karena konsumen merupakan sumber penghasilan mereka. Semua responden memiliki hubungan kerjasama dengan pedagang sayur, daging, es batu, snack, gorengan, kue untuk mendukung dan menunjang usaha. Indikator yang memiliki nilai paling tinggi yaitu melayani konsumen dengan ramah karena sebagai penjual harus memberikan pelayanan dan sikap yang baik terhadap pembeli untuk menjaga kepuasan pembeli dan menjaga nama baik rumah makan sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Analisis diatas didukung dengan hasil wawancara terkait kebutuhan akan afiliasi sebagai berikut:

Tabel 4.10

Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Afiliasi

14. Apakah anda menjalin persahabatan dengan konsumen, mitra, pesaing? Apakah ada perkumpulan antar sesama pemilik rumah makan/warung makan?		Kesimpulan
<p>Responden 1:</p> <p>Responden 2:</p> <p>Responden 3:</p> <p>Responden 4:</p> <p>Responden 5:</p>	<p>Ya saya bertemandengan beberapa pelanggan, mitra tetapi tidak bersahabat erat. Tidak ada perkumpulan tersebut.</p> <p>Hubungannya biasa-biasa saja. Belum pernah ada perkumpulan kelompok pemilik rumah makan di sini.</p> <p>Ya saya mengenal dan berteman dengan pedagang ikan, ayam. Belum ada kelompok perkumpulan yang dimaksud.</p> <p>Saya banyak mengenal pembeli, pedagang, pesaing. Tidak ada perkumpulan seperti itu.</p> <p>Ya beberapa saya kenal. Belum pernah mendengar ada acara itu.</p>	<p>4 responden mengenal dan berteman konsumen, mitra, bahkan pesaing. Namun, tidak ada perkumpulan yang menyatukan sesama wirausaha rumah makan.</p>
15. Bagaimana anda berkomunikasi dengan pesaing? Apakah ada perselisihan dengan pesaing?		Kesimpulan
<p>Responden 1:</p> <p>Responden 2:</p> <p>Responden 3:</p> <p>Responden 4:</p> <p>Responden 5:</p>	<p>Komunikasi seperlunya saja. Tapi bukan berarti ada masalah karena rezeki tiap orang sudah diatur Tuhan.</p> <p>Jarang berbicara, tapi saya tidak bertengkar dengan pesaing. Saya bersaing secara sehat.</p> <p>Baik-baik, jarang bertemu karena lokasi jauh, jadi jarang berselisih.</p> <p>Baik, karena rata-rata saya kenal, jadi tidak ada perselisihan.</p> <p>Tidak pernah berhubungan dengan pesaing jadi tidak ada masalah dan perselisihan.</p>	<p>Responden jarang berkomunikasi dengan pesaing, namun mereka tidak saling berselisih.</p>
16. Bagaimana sikap anda dalam melayani pelanggan / konsumen?		Kesimpulan
<p>Responden 1:</p> <p>Responden 2:</p> <p>Responden 3:</p> <p>Responden 4:</p> <p>Responden 5:</p>	<p>Ya baik, ramah, cepat, mengikuti permintaan pembeli karena pembeli adalah raja.</p> <p>Biasa saja, bertanya mau beli apa pada pembeli.</p> <p>Saya selalu ramah dan tangkas dalam melayani pelanggan karena tanpa pembeli tidak ada pendapatan.</p> <p>Ramah, sopan supaya pembeli mau membeli lagi.</p> <p>Selalu senyum dan ramah dengan pembeli karena dapat menciptakan nama baik rumah makan sehingga pembeli dapat bertambah.</p>	<p>Responden selalu ramah, sopan, senyum pada pelanggan / pembeli karena pelanggan adalah sumber penghasilan mereka.</p>

17. Apakah ada orang yang menitipkan jualan pada rumah makan anda? Contohnya? Apakah anda memiliki kerjasama dengan pedagang sayur/pedagang daging/pedagang es batu?		Kesimpulan
Responden 1:	Ada siomay, kue, kerupuk. Saya punya langganan es batu, tukang sayur keliling dan di pasar.	Mayoritas responden melakukan kerjasama dengan pedagang sayur, daging, es batu, snack, gorengan, kue, kerupuk.
Responden 2:	Ya, kerupuk, keripik, snack. Saya punya langganan tukang sayur dan es batu.	
Responden 3:	Ya, ada kerupuk, pepes ikan. Ada kenalan pemasok dan distributor ikan di pasar. Ada penjual yang mengirim es batu ke sini.	
Responden 4:	Banyak titipan kerupuk, snack, kue, gorengan. Saya punya tukang sayur langganan yang menyetor sayur ke saya. Kalau es batu saya beli di toko.	
Responden 5:	Tidak ada yang titip jualan. Ada langganan pedagang sayur dan daging. Es batu, saya membuat sendiri.	

Sumber: Data Primer, 2016

4.3. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Usaha Mikro Kecil Berupa Rumah Makan Di Perumahan Genuk Indah Semarang

Tabel 4.11
Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Motivasi	Rata-Rata Skor	Kategori
Kebutuhan Akan Prestasi	18,7	Tinggi
Kebutuhan Akan Kekuasaan	19,6	Tinggi
Kebutuhan Akan Afiliasi	20,2	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, motivasi wirausaha mikro kecil rumah makan semuanya memiliki kategori tinggi, namun yang tertinggi adalah kebutuhan akan afiliasi dengan rata-rata skor 20,2. Artinya, responden memiliki kebutuhan akan afiliasi yang paling tinggi dibandingkan dengan kebutuhan akan

prestasi dan kebutuhan akan kekuasaan. Responden, menjawab setuju dan sangat setuju dalam kuesioner dan didukung jawaban dari wawancara.

Kebutuhan akan afiliasi ini memiliki nilai tertinggi karena berdasarkan hasil wawancara dapat dikatakan bahwa dengan menjadi wirausaha rumah makan, mereka dapat mengenal banyak orang, menjalin hubungan baik bahkan persahabatan dengan banyak orang, menambah relasi seperti dengan mitra, konsumen, maupun dengan pesaing otomatis mereka tidak menyukai adanya perselisihan dengan orang lain bahkan dengan pesaing. Mereka lebih memilih bersaing secara sehat, karena rezeki masing-masing orang sudah diatur oleh Tuhan.

Selain itu, dengan berwirausaha, dapat menambah penghasilan melalui sikap baik yang dimiliki sehingga dapat menjalin komunikasi, interaksi, kerjasama, hubungan baik dengan banyak orang sangat diperlukan khususnya dengan konsumen/pembeli karena tanpa pembeli, usaha tidak akan berjalan dan berlangsung lama. Oleh karena itu, sebagian wirausaha bersikap ramah, sopan, dan tersenyum saat melayani pelanggan agar dapat menjaga kepuasan pelanggan dan nama baik rumah makan, sehingga banyak pelanggan yang menyukai dan berdatangan.

Bukan hanya dengan konsumen saja, melainkan mereka juga menjalin hubungan kerjasama dengan mitra yaitu pedagang sayur, pedagang daging, pedagang ikan, pedagang es batu yang menjadi pemasok rumah makan mereka baik pedagang langganan di pasar maupun pedagang yang mengirim ke rumah makan. Mitra yang dimaksud bukan hanya itu saja, namun ada juga pedagang

yang menitipkan dagangannya di rumah makan seperti kerupuk, keripik, gorengan, kue, snack, dan lain-lain. Dengan berwirausaha, maka mereka dapat mengenal lebih banyak orang, menambah relasi dan teman.

Motivasi tertinggi kedua yaitu kebutuhan akan kekuasaan dengan rata-rata skor 19,6. Kebutuhan akan kekuasaan ini memiliki skor di bawah kebutuhan akan afiliasi karena kebutuhan akan kekuasaan dapat tercapai dengan sendirinya apabila kebutuhan akan afiliasi sudah terpenuhi. Dengan menjalin hubungan baik, mengenal banyak orang, tidak menyukai perselisihan dengan siapapun dalam menjalankan usaha rumah makan, maka orang lain pasti akan menghormati dan menghargai termasuk para karyawan yang pastinya mematuhi perintah pemilik rumah makan, karena wirausaha adalah orang yang berkuasa, bertanggung jawab, mengambil keputusan dalam usahanya. Dengan begitu, tentunya wirausaha akan merasa bangga.

Motivasi yang berada di posisi paling akhir yaitu kebutuhan akan prestasi dengan rata-rata skor 18,7. Hal ini dikarenakan tidak semua indikator tergolong dalam kategori tinggi, namun ada juga yang rendah. Masih ada hal-hal yang dipertimbangkan wirausaha untuk memenuhi kebutuhan prestasi contohnya dalam hal keuangan. Kebutuhan akan prestasi ini dapat terpenuhi bila kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan sudah terpenuhi karena dengan terpenuhinya kedua kebutuhan tersebut maka pelanggan dan konsumen akan bertambah banyak dan penghasilan pun meningkat sehingga dapat menambah beragam menu, memasarkan produk dengan *delivery order* / layanan antar pesanan, membagi brosur, memberi bonus, menerima pesanan dalam jumlah banyak karena sudah memiliki cukup modal dan pendapatan.

Selain itu, wirausaha juga dapat menangani masalah adanya keluhan dari pelanggan, bila makanan tidak laku karena sudah terpenuhinya kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan dimana wirausaha dapat memperlakukan konsumen dengan sebaik mungkin dan bertanggung jawab atas usahanya.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara terhadap 5 responden pemilik rumah makan di perumahan Genuk Indah. Pemilihan 5 responden dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling purposive*, dimana terdapat kriteria-kriteria tertentu dalam pengambilan sampel.

Berdasarkan penelitian mengenai identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di perumahan Genuk Indah Semarang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motivasi wirausaha menurut teori Mc. Clelland pada rumah makan di perumahan Genuk Indah memiliki kategori tinggi pada ketiga kebutuhan yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Jumlah skor tertinggi adalah kebutuhan akan afiliasi dengan skor 20,2. Selanjutnya disusul dengan kebutuhan akan kekuasaan dengan skor 19,6. Kemudian yang terakhir adalah kebutuhan akan prestasi yang memiliki skor terendah dengan skor 18,7.
2. Kebutuhan akan afiliasi merupakan kebutuhan dengan skor tertinggi yaitu 20,2 karena dengan berwirausaha, mereka dapat mengenal lebih banyak orang, menjalin hubungan, menambah relasi seperti dengan konsumen,

mitra, maupun pesaing. Hal tersebut dapat menunjang usaha rumah makan mereka.

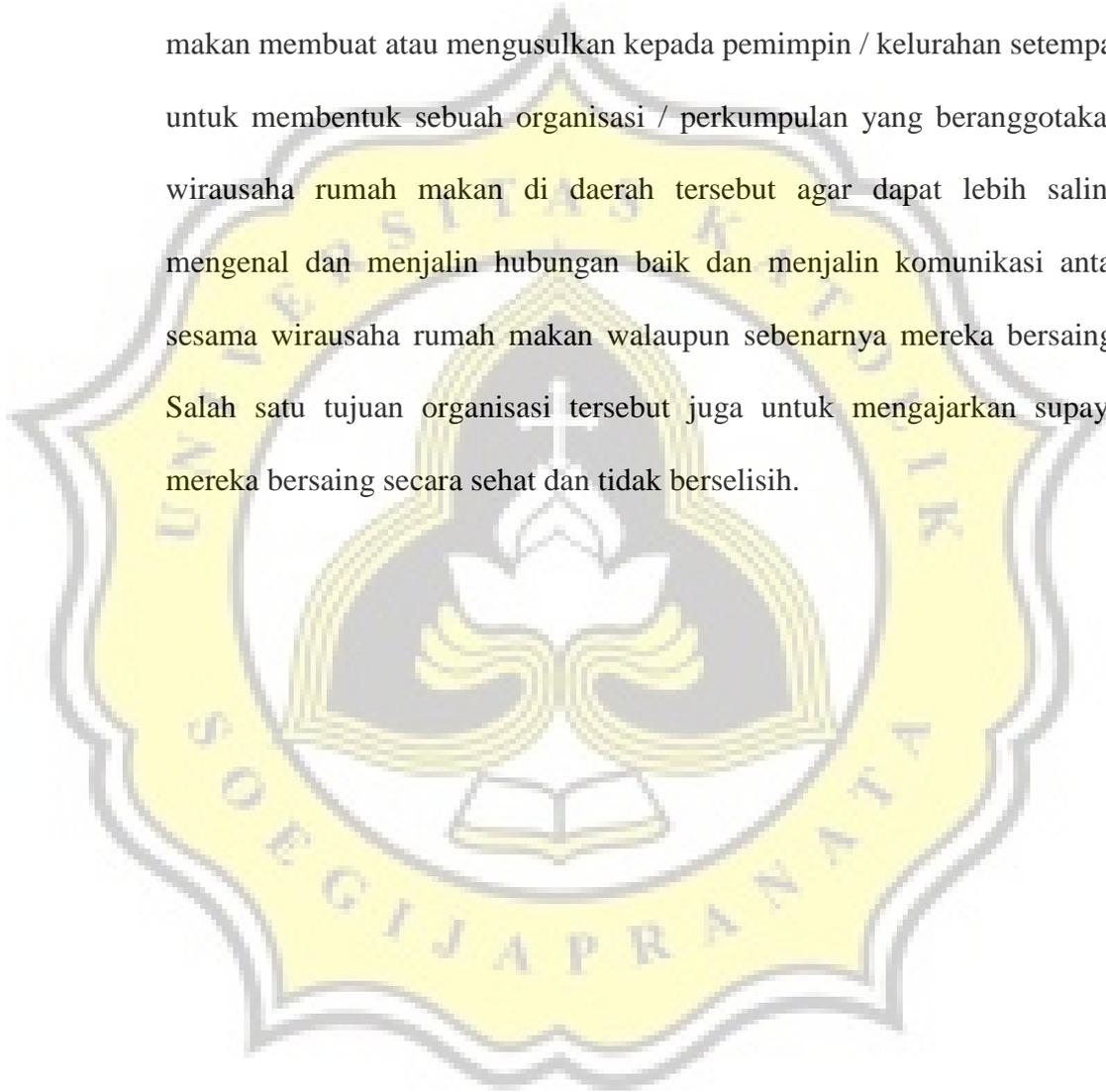
3. Mayoritas wirausaha rumah makan di perumahan Genuk Indah berjenis kelamin perempuan karena pada dasarnya, wanita yang lebih mahir dalam hal memasak atau membuat makanan dan wanita yang lebih mengerti tentang pekerjaan di dapur. Selain itu, semua responden berusia dewasa / matang serta berpendidikan SMP dan SMA maka, mereka memilih untuk menjadi wirausaha agar dapat memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri dengan kemampuan yang dimiliki tanpa harus bekerja dengan orang lain karena latar belakang usia yang terbilang dewasa ditambah pendidikan kurang tinggi dan standar yang tidak masuk dalam kriteria untuk bekerja ikut orang lain.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di perumahan Genuk Indah, dapat diketahui masih ada hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Maka, peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kebutuhan akan prestasi, sebaiknya wirausaha rumah makan lebih inovatif dan kreatif dalam pemasaran dan promosi produk. Hal ini dapat dilakukan dengan *caradelivery order*, membagi brosur, memberi bonus, memasang MMT, dan lain-lain agar menarik banyak konsumen sehingga dapat meningkatkan penghasilan dan kebutuhan akan prestasi dapat lebih terpenuhi.

2. Untuk meningkatkan kebutuhan akan kekuasaan, sebaiknya wirausaha dapat mengambil segala keputusan sendiri karena mereka harus bertanggung jawab serta berani mengambil resiko tinggi dalam segala hal yang berkaitan dengan usahanya.
3. Untuk meningkatkan kebutuhan akan afiliasi, sebaiknya wirausaha rumah makan membuat atau mengusulkan kepada pemimpin / kelurahan setempat untuk membentuk sebuah organisasi / perkumpulan yang beranggotakan wirausaha rumah makan di daerah tersebut agar dapat lebih saling mengenal dan menjalin hubungan baik dan menjalin komunikasi antar sesama wirausaha rumah makan walaupun sebenarnya mereka bersaing. Salah satu tujuan organisasi tersebut juga untuk mengajarkan supaya mereka bersaing secara sehat dan tidak berselisih.



DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya, Wulan. 2007. *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ayodya, Wulan. 2008. *Mengenal Usaha Warung Makan*. Jakarta: Esensi.
- Badan Pusat Statistik (BPS), diakses dari jateng.bps.go.id, diakses 23 September 2015.
- Frinces, Z. Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Yogyakarta: Darussalam.
- Gunarto, Muji. 2014. *Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Orientasi Kewirausahaan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan Pada UKM Di Kota Palembang*. Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper. Bandung: Universitas Kristen Maranatha. Hal 5-6.
- Mahesa, Aditya Dion dan Edy Rahardja. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*. Diponegoro Journal of Management. Vol 1: hal 2.
- Malinda, Maya. 2002. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Seseorang Berwirausaha*. Jurnal Manajemen Maranatha. Vol 1: hal 105-117.
- Mushofa, Achmad. 2010. *Perbedaan Motivasi Berwirausaha Antara Siswa SMK Dan SMA Di Jakarta Timur*. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Jakarta: Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah.
- Nasution, Arman Hakim dan Bustanul dan Mokh.Suef. 2007. *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pramiyanti, Alila. 2008. *Studi Kelayakan Bisnis untuk UKM*. Yogyakarta: MedPress.
- Ramadian.F, Mashudi, Witarsa. 2015. *Pengaruh Perilaku Konsumsi dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Keluarga*. Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Hal 1-16.
- Ratnawati, Andalan Tri dan Hikmah. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UKM*. Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang. Hal 102-114.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Pearson Education Asia dan PT Prenhallindo.

Subanar, Harimurti. 2009. *Manajemen usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE.

Sudrajad.2012. *Kiat Mengentaskan Pengangguran & Kemiskinan Melalui Wirausaha*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sukei, Agustine Eva Maria. 2007. *Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2007, ISSN: 1907-5022. Journal.uui.ac.id, diakses 26 November 2015.

Sunyoto, Danang. 2013. *Kewirausahaan Untuk Kesehatan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Nuha Medika.

Suryana. 2014. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. 2011. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.

Umar, Husein. 2001. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wibowo, Muladi. 2011. *Pembelajaran Kewirausahaan Dan Minat Wirausaha Lulusan SMK*. Eksplanasi Vol 6: hal 109-122.



KUESIONER PENELITIAN

Sehubungan penyelesaian penelitian skripsi saya yang berjudul “Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Usaha Mikro Kecil Menurut Teori Mc. Clelland (Studi Kasus Pada Rumah Makan Di Perumahan Genuk Indah Semarang)”, maka dengan hormat saya mohon kerendahan hati dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini semata-mata hanya untuk mendapatkan data yang akurat dari responden untuk menyelesaikan penelitian saya. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian saya. Demikian permohonan yang saya sampaikan, atas perhatiannya, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Identitas Usaha

Nama Usaha :

Lama Usaha :

Jenis makanan :

Alamat/Lokasi Usaha :

Jumlah Pekerja/Karyawan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan cermat
2. Jawablah semua pertanyaan dengan sebenar-benarnya.

3. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang tersedia di samping setiap pernyataan. Terdapat 5 kategori pilhan jawaban yaitu:
- 1) STS yaitu Sangat Tidak Setuju
 - 2) TS yaitu Tidak Setuju
 - 3) N yaitu Netral/Ragu-ragu/Tidak Tentu
 - 4) S yaitu Setuju
 - 5) SS yaitu Sangat Setuju
4. Setelah selesai menjawab, mohon periksa kembali dan pastikan semua pernyataan sudah terjawab.

Selamat Mengerjakan

A. Kebutuhan akan Prestasi

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	<u>Inovatif:</u> Saya menciptakan atau menambah variasi/ beragam menu untuk dijual seperti ramesan / aneka masakan berkuah.					
2.	Saya mempunyai resep khas yang berbeda dengan pesaing.					
3.	<u>Agresif dalam bersaing dan Proaktif:</u> Saya memasarkan produk dengan cara yang unik seperti <i>delivery order</i> , membagi brosur, memberikan bonus.					

4.	Saya mempunyai konsumen lebih dari 10 orang per hari.					
5.	<u>Kebutuhan akan Prestasi:</u> Pendapatan usaha saya meningkat					
6.	<u>Berani Mengambil Resiko:</u> Saya dapat mengatasi sendiri masalah yang ada dan berani mengambil resiko bila makanan tidak laku terjual / bila ada pelanggan yang komplain.					
7.	Saya berani menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat.					

B. Kebutuhan akan Kekuasaan

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
8.	<u>Kebutuhan akan Kekuasaan:</u> Karyawan mematuhi permintaan dan perintah saya.					
9.	Saya bangga sebagai pemilik rumah makan / warung makan.					
10.	Saya selalu memiliki keinginan untuk lebih unggul dari rumah makan lain.					
11.	Saya dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan.					

12.	<u>Otonomi:</u> Saya mempunyai tanggung jawab yang tinggi atas segala keputusan / ide yang telah dibuat seperti menentukan porsi makanan yang akan dijual.					
13.	Saya mengambil keputusan sendiri sebagai pemilik rumah makan.					

C. Kebutuhan akan Afiliasi

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
14.	<u>Kebutuhan akan Afiliasi:</u> Saya senang membina persahabatan dengan orang lain seperti dengan konsumen, pesaing, mitra rumah makan.					
15.	Saya tidak menyukai adanya perselisihan dengan pesaing yaitu rumah makan lain maupun dengan orang lain.					
16.	Saya melayani konsumen rumah makan dengan ramah.					
17.	<u>Proaktif:</u> Saya memiliki hubungan kerjasama seperti dengan penjual kerupuk, pedagang sayur/daging, penjual es batu.					

PERTANYAAN WAWANCARA

Motivasi Kewirausahaan

A. Kebutuhan akan Prestasi

Inovatif:

1. Apa saja menu yang anda jual? Apakah selalu ada menu masakan baru setiap hari?

Jawab:.....
.....

2. Apakah anda mempunyai resep khas yang berbeda dengan orang lain?

Jawab:.....
.....

Agresif dalam bersaing dan Proaktif:

3. Bagaimana cara anda memasarkan produk? Apakah anda memasarkan produk dengan *delivery order*, membagi brosur, memberi bonus pada pelanggan yang datang?

Jawab:.....
.....

4. Biasanya, mayoritas konsumen anda berasal dari kalangan apa? Kira-kira berapa jumlah konsumen anda dalam sehari?

Jawab:.....
.....

Kebutuhan akan Prestasi:

5. Apakah pendapatan anda mengalami peningkatan per hari? Berapa kisaran pendapatan dalam sehari?

Jawab:.....
.....

Berani Mengambil Resiko:

6. Bagaimana anda menangani masalah seperti makanan tidak laku, adanya konsumen yang komplain?

Jawab:.....
.....

7. Apakah anda bersedia menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat? Mengapa?

Jawab:.....
.....

B. Kebutuhan akan Kekuasaan

Kebutuhan akan Kekuasaan:

8. Bagaimana sikap karyawan / pekerja anda? Apakah karyawan anda selalu memenuhi perintah anda?

Jawab:.....
.....

9. Apakah anda bangga mempunyai rumah/warung makan? Mengapa?

Jawab:.....
.....

10. Apakah anda mempunyai pesaing? Apa yang anda lakukan untuk mengungguli pesaing?

Jawab:.....
.....

11. Apakah anda senang bila dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan? Mengapa?

Jawab:.....
.....

Otonomi:

12. Apa saja tanggung jawab anda sebagai pemilik rumah makan? Apakah anda bertanggung jawab menentukan porsi makanan yang akan dijual?

Jawab:.....
.....

13. Apakah anda mengambil keputusan sendiri? Apa contohnya?

Jawab:.....
.....

C. Kebutuhan akan Afiliasi

Kebutuhan akan Afiliasi:

14. Apakah anda menjalin persahabatan dengan konsumen, mitra, pesaing? Apakah ada perkumpulan antar sesama pemilik rumah makan/warung makan?

Jawab:.....
.....

15. Bagaimana anda berkomunikasi dengan pesaing? Apakah ada perselisihan dengan pesaing?

Jawab:.....
.....

16. Bagaimana sikap anda dalam melayani pelanggan / konsumen?

Jawab:.....

.....

Proaktif:

17. Apakah ada orang yang menitipkan jualan pada rumah makan anda?

Contohnya? Apakah anda memiliki kerjasama dengan pedagang sayur/pedagang daging/pedagang es batu?

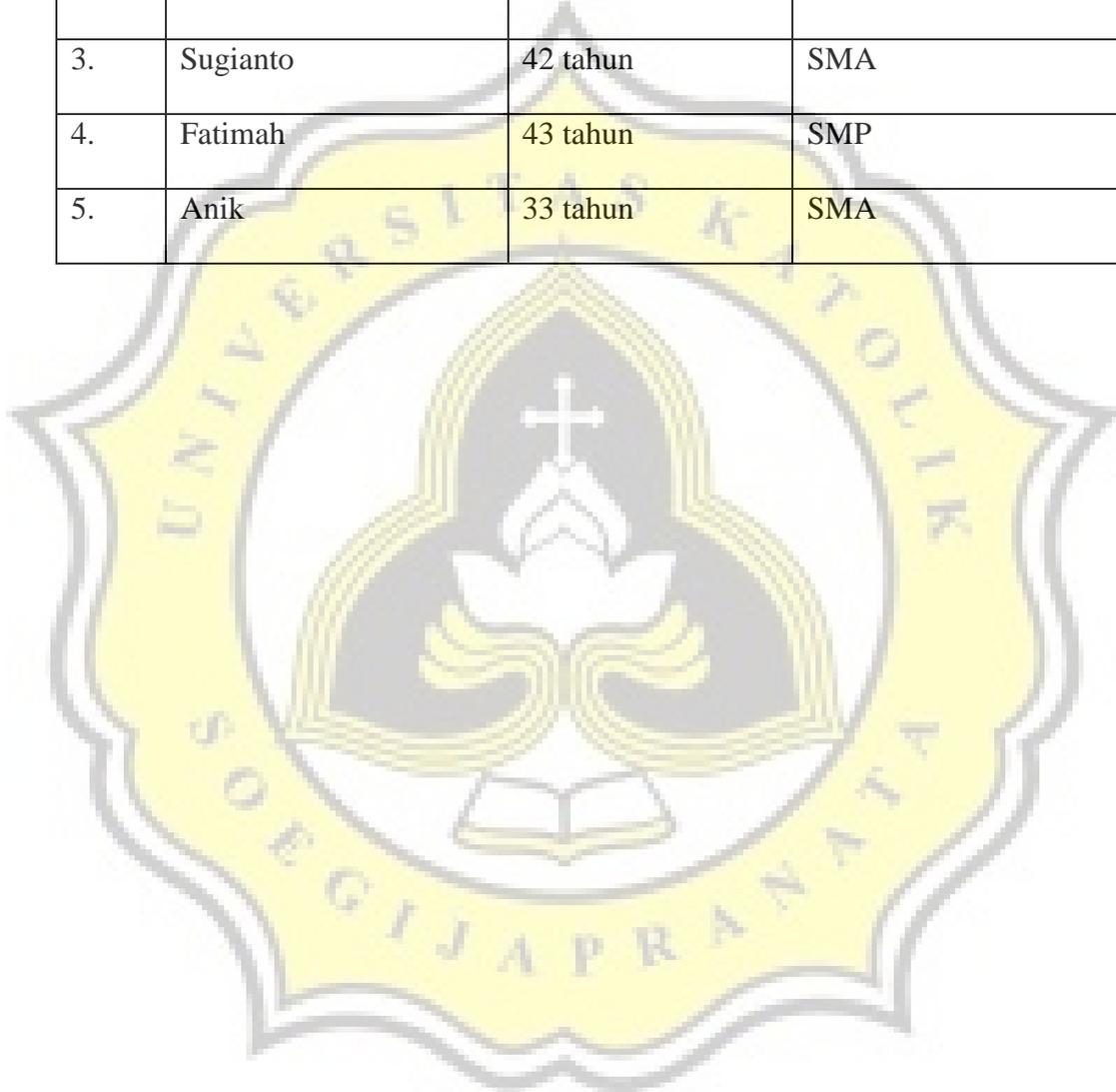
Jawab:.....

.....



REKAPITULASI DATA DIRI RESPONDEN

No.	Nama	Usia	Pendidikan Terakhir
1.	Maria	57 tahun	SMA
2.	Sri	60 tahun	SMP
3.	Sugianto	42 tahun	SMA
4.	Fatimah	43 tahun	SMP
5.	Anik	33 tahun	SMA



REKAPITULASI DATA USAHA RESPONDEN

No.	Nama	Lokasi Usaha	Lama Usaha (tahun)	Jumlah Karyawan	Jenis Makanan	Nama Usaha	Rata-Rata Omzet per Tahun (Rp)
1.	Maria	Jl. Kapas Raya Utara No. 22	9	2 orang	Aneka masakan Indonesia termasuk ramesan	Isiper	216.000.000
2.	Sri	Jl. Kapas Raya Utara No. 824	20	5 orang	Rames, Pecel, Mangut, dan aneka masakan sayur	Sri	288.000.000
3.	Sugianto	Jl. Kapas Utara Raya No. 226	12	2 orang	Aneka Penyetan	Lala	252.000.000
4.	Fatimah	Jl. Padi Tengah I	13	1 orang	Rames dan Soto	Fatimah	180.000.000
5.	Anik	Jl. Padi Raya No. 637	13	2 orang	Aneka masakan berkuah	Hapsari	234.000.000

REKAPITULASI JAWABAN HASIL KUESIONER

Pernyataan	Responden				
	1	2	3	4	5
Kebutuhan Akan Prestasi					
1	5	5	2	5	4
2	2	5	4	2	5
3	4	2	5	1	2
4	5	5	5	5	5
5	3	4	4	2	3
6	4	3	5	4	4
7	5	5	5	2	4
Kebutuhan Akan Kekuasaan					
8	4	4	5	3	4
9	5	5	5	4	5
10	4	5	4	2	3
11	4	3	4	4	4
12	4	5	3	5	4
13	4	1	1	5	5
Kebutuhan Akan Afiliasi					
14	4	3	5	5	3
15	4	3	4	5	4
16	5	3	4	4	5
17	4	5	4	5	2

REKAPITULASI JAWABAN HASIL WAWANCARA

Kebutuhan akan Prestasi		Kesimpulan
1. Apa saja menu yang anda jual? Apakah selalu ada menu masakan baru setiap hari?		Kesimpulan
Responden 1:	Aneka masakan Indonesia, termasuk ramesan setiap hari ganti menu.	3 responden menjual ramesan, 1 responden menjual masakan berkuah, dan 1 responden menjual penyetan. Responden yang menjual ramesan selalu menghadirkan jenis masakan baru setiap hari.
Responden 2:	Menu tetap yaitu pecel, nasi rames, mangut, macam-macam masakan. Ada masakan baru setiap hari seperti gudeg, opor, tumis sayur, dan lain-lain.	
Responden 3:	Tahu, tempe, telur, ayam, ikan penyet. Setiap hari menu yang dijual tetap seperti itu.	
Responden 4:	Soto, nasi rames. Masakan nasi rames berubah setiap hari.	
Responden 5:	Aneka masakan berkuah yaitu rawon, kari ayam, sup sapi. Ada menu baru yaitu rica-rica ayam dan asem-asem sapi.	
2. Apakah anda mempunyai resep khas yang berbeda dengan orang lain?		Kesimpulan
Responden 1:	Tidak ada resep khusus, resep yang digunakan adalah resep pada umumnya.	3 responden mempunyai resep khas dan rahasia yang berbeda dengan pesaing.
Responden 2:	Ada resep sedap warisan turun temurun dari keluarga.	
Responden 3:	Punya resep sambal sendiri yang rasanya berbeda dengan sambal penyetan lain.	
Responden 4:	Tidak ada, hanya resep biasa saja.	
Responden 5:	Ya, mempunyai resep dari orang tua saya yang membuat masakan lebih enak.	
3. Bagaimana cara anda memasarkan produk? Apakah anda memasarkan produk dengan <i>delivery order</i> , membagi brosur, memberi bonus pada pelanggan yang datang?		Kesimpulan
Responden 1:	Dulu pernah membagi brosur, sekarang hanya pasang MMT.	Mayoritas responden tidak melakukan <i>delivery order</i> , pembagian brosur, dan memberi bonus karena membutuhkan biaya tambahan dan menambah pengeluaran.
Responden 2:	Tidak pernah karena butuh biaya khusus.	
Responden 3:	Ya, melayani <i>delivery order</i> , memberi bonus terong goreng pada pembeli selama masih ada.	
Responden 4:	Saya tidak pernah melakukan seperti itu, karena kurang modal	
Responden 5:	Belum pernah, saya hanya memasang layar saja.	

4. Biasanya, mayoritas konsumen anda berasal dari kalangan apa? Kira-kira berapa jumlah konsumen anda dalam sehari?		Kesimpulan
Responden 1:	Orang-orang yang tinggal di sini, mahasiswa-mahasiswi. Kira-kira 30-40 orang sehari.	Mayoritas konsumen adalah mahasiswa-mahasiswi, karyawan dan penduduk setempat. Konsumen dalam sehari minimal 30 orang.
Responden 2:	Mahasiswa-mahasiswi, karyawan, penduduk setempat jumlahnya hingga 60 orang.	
Responden 3:	Mahasiswa-mahasiswi. Sehari ada 50 pembeli lebih.	
Responden 4:	Pegawai kantor/pabrik, penduduk sekitar. Pembeli ada 30-40 orang sehari.	
Responden 5:	Ibu-Ibu, mahasiswa-mahasiswi. Konsumen dalam sehari kira-kira mencapai 50 orang bahkan lebih.	
5. Apakah pendapatan anda mengalami peningkatan per hari? Berapa kisaran pendapatan dalam sehari?		Kesimpulan
Responden 1:	Belum tentu meningkat setiap hari, hasilnya paling Rp.500.000,- hingga Rp.700.000,-.	Pendapatan minimal dalam sehari Rp. 400.000,00. Namun belum tentu pendapatan setiap hari meningkat.
Responden 2:	Ya, kadang-kadang. Sehari minimal Rp.600.000,-,tapi biasanya mencapai Rp. 800.000,- bahkan bisa lebih.	
Responden 3:	Ya, lumayan. Bisa dapat Rp. 700.000,- kurang lebih.	
Responden 4:	Tidak tentu naik. Sekitar Rp.400.000,- sampai Rp. 600.000,-	
Responden 5:	Sehari-hari pendapatan naik turun. Kadang dapat Rp. 600.000,- kadang Rp.700.000,-.	
6. Bagaimana anda menangani masalah seperti makanan tidak laku, adanya konsumen yang komplain?		Kesimpulan
Responden 1:	Jarang tidak laku, kalau ada, dimakan sendiri. Jika ada yang protes saya minta maaf dan tidak mengulangi kesalahan.	Makanan yang tidak laku biasanya diolah dan dijual lagi selama tidak basi atau dikonsumsi sendiri. Mereka dapat melayani dengan baik konsumen yang komplain.
Responden 2:	Dibawa pulang, dibagikan keluarga. Kalau ada pelanggan yang komplain saya penuhi permintaannya.	
Responden 3:	Saya jual kembali karena tidak basi. Saya tanggap dan bertanggung jawab bila ada yang komplain.	
Responden 4:	Diolah dan dijual lagi besoknya selama masih bisa. Kalau ada yang protes saya turuti kemauan pembeli.	
Responden 5:	Saya makan sendiri. Jika ada yang mengkritik, saya terima dan layani dengan baik.	
7. Apakah anda bersedia menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, rapat? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya bersedia, bisa menambah pelanggan dan banyak yang tahu tentang rumah makan saya.	Mayoritas responden bersedia menerima pesanan karena dapat menambah penghasilan. Hanya ada 1 responden yang tidak berani
Responden 2:	Ya, karena dapat menambah penghasilan.	
Responden 3:	Bersedia, karena banyak peluang, bisa mendapatkan untung banyak, banyak orang yang kenal dengan usaha saya.	
Responden 4:	Tidak berani kalau jumlahnya besar karena repot dan kurang tenaga.	

Responden 5:	Bersedia, karena bisa mendapat untung lebih.	menerima pesanan karena terlalu merepotkan dan kekurangan tenaga.
Kebutuhan akan Kekuasaan		
8. Bagaimana sikap karyawan / pekerja anda? Apakah karyawan anda selalu memenuhi perintah anda?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya, karyawan menghormati saya, sopan, dan patuh jika saya suruh.	Karyawan mematuhi semua perintah pemilik rumah makan dan menjalankan tugas dengan baik.
Responden 2:	Baik, selalu nurut, mengerjakan tugas tanpa disuruh.	
Responden 3:	Semua karyawan saya baik dan menjalankan tugasnya dengan benar.	
Responden 4:	Karyawan patuh dengan saya, namun kadang sering membolos.	
Responden 5:	Karyawan saya penurut, tahu apa yang harus dikerjakan.	
9. Apakah anda bangga mempunyai rumah/warung makan? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Bangga sekali, dapat memiliki penghasilan dengan menyalurkan hobi.	Semua responden bangga memiliki usaha rumah makan karena dapat memiliki pendapatan sesuai keahlian yang dimiliki.
Responden 2:	Ya, karena bisa meneruskan usaha keluarga.	
Responden 3:	Pasti, karena saya dapat mencari uang dengan menjual makanan yang mudah dibuat.	
Responden 4:	Bangga, dapat mencari uang sendiri tanpa mengandalkan suami.	
Responden 5:	Ya bangga, karena dapat mempunyai penghasilan sesuai keahlian yang saya miliki.	
10. Apakah anda mempunyai pesaing? Apa yang anda lakukan untuk mengungguli pesaing?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya, punya, yaitu pesaing yang letaknya di hadapan lokasi saya. Saya memberikan lebih banyak menu yang belum disediakan rumah makan lain.	Semua responden mempunyai pesaing. Untuk lebih unggul dari pesaing, mereka melakukan pengembangan dari segi rasa, variasi menu, harga dan layanan
Responden 2:	Ada banyak, salah satunya pesaing yang ada di depan saya. Saya membuat masakan dengan rasa yang sedap.	
Responden 3:	Pasti punya, saingan saya letaknya jauh. Saya memberikan layanan antar gratis dan memberi bonus terong goreng yang jarang dilakukan pesaing.	
Responden 4:	Punya, saingan saya yaitu warteg. Masakan yang saya jual harganya lebih murah daripada yang lain.	
Responden 5:	Ada, dengan menjual masakan yang jarang ada di daerah ini.	

11. Apakah anda senang bila dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan? Mengapa?		Kesimpulan
Responden 1:	Senang, berarti banyak orang yang menganggap saya baik.	Responden senang dihormati sebagai pemilik rumah makan. Mereka berhak untuk dihormati dan dipandang baik karena mereka juga bersikap demikian pada orang lain.
Responden 2:	Senang, tidak ada orang yang tidak mau dihormati termasuk saya.	
Responden 3:	Tentu, karena saya dapat mengelola rumah makan dengan baik.	
Responden 4:	Ya senang, karena saya juga menghormati orang lain.	
Responden 5:	Pasti, menandakan bahwa banyak orang yang suka dengan saya dan usaha saya.	
12. Apa saja tanggung jawab anda sebagai pemilik rumah makan? Apakah anda bertanggung jawab menentukan porsi makanan yang akan dijual?		Kesimpulan
Responden 1:	Mengatur dan mengawasi karyawan supaya kerja dengan benar. Masakan sudah diperkirakan habis terjual dalam sehari.	Tanggung jawab pemilik rumah makan adalah mengatur segala pekerjaan. Mereka juga menentukan porsi agar habis terjual dalam sehari.
Responden 2:	Menentukan menu. Setiap hari Rabu menu saya kurangi supaya habis terjual, karena hari Kamis libur.	
Responden 3:	Memastikan pesanan ke alamat yang benar, porsi sehari-hari sama, saya selalu punya persediaan.	
Responden 4:	Kalau karyawan tidak masuk, saya menangani semua pekerjaan sendiri. Porsi sudah ditetapkan setiap hari.	
Responden 5:	Membuat pelanggan puas, mengelola dan menyesuaikan keuangan dan pendapatan sesuai porsi yang laku.	
13. Apakah anda mengambil keputusan sendiri? Apa contohnya?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya. Setiap pembeli saya yang menjual karena saya yang tau takarannya.	3 responden mengambil keputusan sendiri, sedangkan 2 responden berunding dengan istri dan saudara kandung saat mengambil keputusan seperti dalam mengatur keuangan, menentukan porsi, pembelian bahan baku, dan menentukan hari berjualan.
Responden 2:	Tidak, saya bertanya dengan saudara kandung dalam menentukan menu dan menghitung untung.	
Responden 3:	Saya berunding dengan istri dalam mengatur keuangan.	
Responden 4:	Ya, contohnya membuka warung pada hari Minggu/hari libur tertentu.	
Responden 5:	Ya, contohnya dalam pembelian dan pemilihan daging, sayur yang baik.	

Kebutuhan akan Afiliasi		
14. Apakah anda menjalin persahabatan dengan konsumen, mitra, pesaing? Apakah ada perkumpulan antar sesama pemilik rumah makan/warung makan?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya saya berteman dengan beberapa pelanggan, mitra tetapi tidak bersahabat erat. Tidak ada perkumpulan tersebut.	4 responden mengenal dan berteman dengan konsumen, mitra, bahkan pesaing. Namun, tidak ada perkumpulan yang menyatukan sesama wirausaha rumah makan.
Responden 2:	Hubungannya biasa-biasa saja. Belum pernah ada perkumpulan kelompok pemilik rumah makan di sini.	
Responden 3:	Ya saya mengenal dan berteman dengan pedagang ikan, ayam. Belum ada kelompok perkumpulan yang dimaksud.	
Responden 4:	Saya banyak mengenal pembeli, pedagang, pesaing. Tidak ada perkumpulan seperti itu.	
Responden 5:	Ya beberapa saya kenal. Belum pernah mendengar ada acara seperti itu.	
15. Bagaimana anda berkomunikasi dengan pesaing? Apakah ada perselisihan dengan pesaing?		Kesimpulan
Responden 1:	Komunikasi seperlunya saja. Tapi bukan berarti ada masalah karena rezeki tiap orang sudah diatur Tuhan.	Responden jarang berkomunikasi dengan pesaing, namun mereka tidak saling berselisih.
Responden 2:	Jarang berbicara, tapi saya tidak bertengkar dengan pesaing. Saya bersaing secara sehat.	
Responden 3:	Baik-baik, jarang bertemu karena lokasi jauh, jadi jarang berselisih.	
Responden 4:	Baik, karena rata-rata saya kenal, jadi tidak ada perselisihan.	
Responden 5:	Tidak pernah berhubungan dengan pesaing jadi tidak ada masalah dan perselisihan.	
16. Bagaimana sikap anda dalam melayani pelanggan / konsumen?		Kesimpulan
Responden 1:	Ya baik, ramah, cepat, mengikuti permintaan pembeli karena pembeli adalah raja.	Responden selalu ramah, sopan, senyum saat melayani pelanggan / pembeli karena pelanggan adalah sumber penghasilan mereka.
Responden 2:	Biasa saja, bertanya mau beli apa pada pembeli.	
Responden 3:	Saya selalu ramah dan tangkas dalam melayani pelanggan karena tanpa pembeli tidak ada pendapatan.	
Responden 4:	Ramah, sopan supaya pembeli mau membeli lagi.	
Responden 5:	Selalu senyum dan ramah dengan pembeli karena dapat menciptakan nama baik rumah makan sehingga pembeli dapat bertambah.	

17. Apakah ada orang yang menitipkan jualan pada rumah makan anda? Contohnya? Apakah anda memiliki kerjasama dengan pedagang sayur/pedagang daging/pedagang es batu?	Kesimpulan	
Responden 1:	Ada siomay, kue, kerupuk. Saya punya langganan es batu, tukang sayur keliling dan di pasar.	Mayoritas responden melakukan kerjasama dengan pedagang sayur, daging, es batu, snack, gorengan, kue, kerupuk.
Responden 2:	Ya, kerupuk, kripik, snack. Saya punya langganan tukang sayur dan es batu.	
Responden 3:	Ya, ada kerupuk, pepes ikan. Ada kenalan pemasok dan distributor ikan di pasar. Ada penjual yang mengirim es batu ke sini.	
Responden 4:	Banyak titipan kerupuk, snack, kue, gorengan. Saya punya tukang sayur langganan yang menyetor sayur ke saya. Kalau es batu saya beli di toko.	
Responden 5:	Tidak ada yang titip jualan. Ada langganan pedagang sayur dan daging. Es batu, saya membuat sendiri.	

