



**IDENTIFIKASI MOTIVASI WIRAUSAHA DALAM MENJALANKAN UMKM  
MENURUT TEORI MC. CLELLAND ( PADA RUMAH MAKAN DI  
KECAMATAN TIGO NAGARI KABUPATEN PASAMAN)**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

**Oleh:**

**Muhammad Antony Pratama**  
**NIM 1730402050**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
2022**

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **Muhammad Antony Pratama** NIM: **1730402050** dengan judul “**Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan UMKM Menurut Teori Mc. Clelland (Studi Kasus Pada Rumah Makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman**” memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

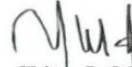
Batusangkar, 02 Februari 2022

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

**Pembimbing**



**Gampito, SE., M. Si**  
NIP. 19670219 200501 1 005



**Chitra Indah Sari, M.M., CRP**  
NIP. 1985053 120190 3 2005

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Institut Agama Islam Negeri (IAIN)**  
**Batusangkar**



**Dr. H. Rizal, M.Ag. CRP®**  
NIP.19731007 2002121 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Muhammad Antony Pratama  
Nim : 1730402050  
Tempat/Tanggal lahir : Ladang Panjang/ 21 Juli 1998  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul "**Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Umkm Menurut Teori Mc. Clelland ( Pada Rumah Makan Di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman)**" adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang di cantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakanebagaimana mestinya.

Batusangkar, 13 Februari 2022  
Saya yang menyatakan






Muhammad Antony Pratama  
Nim :1730402050

### PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi atas nama Muhammad Antony Pratama, NIM. 1730402060 dengan judul **“Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Umkm Menurut Teori Mc. Clelland (Pada Rumah Makan Di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman)”**, telah diujikan dalam sidang *Munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Jumat tanggal 11 Februari 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) pada Ilmu Ekonomi Syariah.

Demikian pengesahan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

| No | Nama/NIP Penguji                                    | Jabatan | Tanda Tangan   | Tanggal    |
|----|---|---------|--|------------|
| 1  | Chitra Indah Sari, MM.,CRP<br>19850531 201903 2 005 | Ketua   |   | 14/2-2022  |
| 2  | Mirawati, MA.Ek<br>19860101 201503 2 004            | Anggota |  | 19/2-22    |
| 3  | Idris, SE. Sy., MM                                  | Anggota |  | 05/02-2022 |

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Batusangkar



**Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP**  
NIP. 19731007 200212 1 001

## **ABSTRAK**

**Muhammad Antony Pratama. NIM, 1730402050** judul Skripsi “**Identifikasi motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Umkm Menurut teori Mc. Clelland ( Studi Kasus Pada Rumah Makandi Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman)**”. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Permasalahan dari penelitian ini adalah banyaknya wirausaha yang membuka usaha rumah makan di bandingkan dengan usaha yang lain di kecamatan tigo nagari kabupaten Pasaman.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan cara mewawancarai narasumber langsung yaitu para wirausahawan pemilik rumah makan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 15 sampel yaitu pemilik rumah makan yang ada di kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil berupa rumah makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman berdasarkan teori Mc. Clelland yang mencakup kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Penelitian ini mengambil 15 responden yaitu pemilik rumah makan dengan teknik total sampling, responden adalah seluruh pemilik rumah makan yang masih aktif di kecamatan Tigo Nagari kabupaten Pasaman. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode 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 kecamatan Tigo Nagari kabupaten Pasaman, tergolong tinggi pada setiap kebutuhan. Kebutuhan yang paling tinggi adalah kebutuhan akan prestasi

**Kata Kunci : Motivasi, Wirausaha**

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>            | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>          | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>             | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                            | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                    | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                     | <b>x</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                 | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                        | 1           |
| B. Fokus Penelitian.....                       | 8           |
| C. Tujuan Penelitian .....                     | 8           |
| D. Manfaat Penelitian .....                    | 8           |
| E. Definisi Operasional .....                  | 9           |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>                | <b>11</b>   |
| A. Landasan Teori .....                        | 11          |
| 1. Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha..... | 13          |
| 2. Devinisi Motivasi.....                      | 14          |
| 3. Devenisi Orientasi kewirausahaan.....       | 17          |
| 4. UsahaMikro dan Kecil.....                   | 18          |

|   |           |
|---|-----------|
| 5. Rumah Makan.....                           | 20        |
| 6. Kebutuhan dalam motivasi Berwirausaha..... | 23        |
| B. Kajian Relevan.....                        | 22        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>         | <b>24</b> |
| A. Jenis Penelitian .....                     | 24        |
| B. Waktu dan tempat Penelitian .....          | 24        |
| C. Instrument Penelitian .....                | 25        |
| D. Sumber Data .....                          | 25        |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....               | 29        |
| F. Teknik Analisis Data .....                 | 26        |
| G. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....       | 28        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>       | <b>36</b> |
| A. Gambaran Umum Responden .....              | 36        |
| B. Analisis Hasil Penelitian .....            | 39        |
| C. Rekapitulasi Hasil Wawancara .....         | 82        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                     | <b>78</b> |
| A. Kesimpulan .....                           | 78        |
| B. Saran .....                                | 79        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                   | <b>80</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                         | <b>82</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Penduduk di Kecamatan Tigo Nagari .....                  | 4  |
| Tabel 1.2 Jumlah Rumah Makan di Kecamatan Tigo Nagari.....                | 5  |
| Tabel 1.3 Nama Rumah Makan yang sudah tutup di Kecamatan Tigo Nagari..... | 9  |
| Tabel 3.1 Nama Rumah Makan Pemilik Restoran di Kecamatan Tigo Nagari .... | 33 |
| Tabel 3.2 Kategori Rentang skala Motivasi.....                            | 35 |
| Tabel 4.1 Data Responden .....  | 36 |
| Tabel 4.1.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden.....                         | 38 |
| Tabel 4.2 Rekapitulasi wawancara Kebutuhan Akan Prestasi.....             | 42 |
| Tabel 4.3 Rekapitulasi wawancara Kebutuhan Akan Kekuasaan.....            | 59 |
| Tabel 4.4 Rekapitulasi wawancara Kebutuhan Akan afiliasi .....            | 73 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| GAMBAR 1. Dokumentasi wawancara rumah makan perjuangan .....      | 79 |
| GAMBAR 2. Dokumentasi wawancara rumah makan Naila Putri.....      | 80 |
| GAMBAR 3. Dokumentasi wawancara rumah makan Pandu .....           | 81 |
| GAMBAR 4. Dokumentasi wawancara rumah makan Bella.....            | 82 |
| GAMBAR 5. Dokumentasi wawancara rumah makan Pratama.....          | 83 |
| GAMBAR 6. Dokumentasi wawancara rumah makan Ampera .....          | 84 |
| GAMBAR 7. Proses wawancara rumah makan Ampera .....               | 85 |
| GAMBAR 8. Dokumentasi wawancara rumah makan Masang raya.....      | 86 |
| GAMBAR 9. Proses wawancara rumah makan Indah.....                 | 87 |
| GAMBAR 10 Dokumentasi wawancara rumah makan Indah .....           | 88 |
| GAMBAR 11. Dokumentasi wawancara rumah makan Bang dani.....       | 89 |
| GAMBAR 12. Dokumentasi Wawancara rumah makan berkah saudara ..... | 90 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan penduduk di Indonesia akan semakin meningkat termasuk di kabupaten Pasaman. Menurut data Administrasi Kependudukan (Admiduk) per Juni 2021, jumlah penduduk di Indonesia mencapai 272.229.372 jiwa. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2021, jumlah pengangguran terbuka mencapai 8,75 juta orang, jumlah angkatan kerja terdiri dari 131.06 juta orang penduduk yang bekerja. Apabila dibandingkan Februari 2020 yaitu kondisi dimana belum terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia, terjadi penurunan jumlah angkatan kerja sebanyak 0,41 juta orang. Penduduk bekerja mengalami penurunan sebanyak 2,23 juta orang, dan pengangguran meningkat sebanyak 1,82 juta orang.

Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) 2020 Provinsi Sumatera Barat, jumlah penduduk yang ada di Sumatera Barat mencapai 5.534.472 juta orang, dan pengangguran terbuka di Sumatera Barat mencapai 190,61 ribu jiwa pada 2020. Kota Padang menjadi wilayah di Sumatera Barat yang memiliki jumlah pengangguran tertinggi, yakni 65,01 ribu jiwa dan sementara jumlah pengangguran terendah ada di Kota Padang Panjang yakni 1,99 ribu jiwa, dan berdasarkan kelompok umur pengangguran di Sumatera Barat paling banyak berusia 20-24 tahun yakni 68,7 ribu jiwa. Kelompok umur pengangguran tertinggi kedua adalah 25-29 tahun dengan jumlah 34,4 jiwa. Hal tersebut menandakan bahwa banyak orang yang membutuhkan pekerjaan, sementara jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia lebih sedikit dibandingkan dengan angkatan kerja yang ada. 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. Oleh sebab itu, berwirausaha menjadi salah satu jalan keluar untuk permasalahan pengangguran tersebut.

Sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. 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. Dewasa ini, banyak pembisnis muda yang sukses. Namun, tak bisa dipungkiri banyak pembisnis muda yang mengalami stagnasi (bisnis tidak berkembang). Oleh karena itu mereka menutup usahanya dan pindah ke bisnis lain, kemudian berpindah lagi. Demikian seterusnya dan pada akhirnya bisnis itupun tutup juga. Hal inilah yang membuat orang takut menjadi pengusaha dan berfikir salah/keliru tentang kewirausahawan yang ia jalani dengan ketidak percaya dirinya. Buchari Alma (Bandung: Alfabeta, 2013)

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 Suryana (2014:50) Berdasarkan teori Mc.Clelland wirausaha yang mendirikan usaha mikro 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 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.

Kecamatan Tigo Nagari merupakan sebuah desa kecil yang ada di Kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Kecamatan Tigo Nagari memiliki luas wilayah sebesar 352.34 km<sup>2</sup> dan saat ini Kecamatan Tigo Nagari memiliki jumlah penduduk yang mencapai sekitar 31.862 jiwa. Adapun peningkatan jumlah penduduk Kecamatan Tigo Nagari dapat dilihat pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk di Kecamatan Tigo Nagari**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah (Jiwa)</b> |
|--------------|----------------------|
| 2018         | 26.556               |
| 2019         | 26.979               |
| 2020         | 29.943               |
| 2021         | 31.862               |

Sumber : BPS Kabupaten Pasaman (2021)

Dari peningkatan jumlah penduduk tersebut mengakibatkan jumlah orang yang membutuhkan pekerjaan semakin tahunnya juga semakin meningkat, sedangkan lapangan yang ada hanya segitu-gitu saja. Berwirausaha merupakan sebuah jalan untuk mengatasi permasalahan tersebut, banyak lapangan pekerjaan bisa di buka dengan berwirausaha salah satunya yaitu mendirikan rumah makan, Rumah makan memiliki defenisi yaitu sebuah usaha penyedia jasa makanan dan minuman yang memiliki perlengkapan dan peralatan untuk kebutuhan proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian pada suatu tempat tetap dan tidak berpindah-pindah yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan atau laba. Sedangkan rumah makan merupakan usaha penyedia makanan dan minuman yang memiliki kelengkapan peralatan dan perlengkapan yang akan digunakan untuk menyimpan dan menyajikan di dalam suatu tempat dan

memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Hal yang membedakan restoran dan rumah makan adalah pada rumah makan harus terdapat proses produksi makanan. Peraturan Pemerintah Pariwisata dan Ekonomi kreatif.

Peningkatan jumlah rumah makan ini menunjukkan banyaknya para pelaku usaha yang mulai memanfaatkan peluang bisnis untuk berbisnis dibidang makanan khususnya dengan membuka usaha rumah makan. Berikut data yang di peroleh dari pra penelitian pada tahun 2021 Tabel 1.2

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Rumah Makan Di Kecamatan Tigo Nagari**

| Tahun | Jumlah |
|-------|--------|
| 2019  | 15     |
| 2020  | 18     |
| 2021  | 21     |

Sumber : Kantor Camat Tigo Nagari Kabupaten Pasaman (2021)

Dari Tabel 1.2 di atas dapat kita lihat jumlah rumah makan di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman meningkat di setiap tahunnya, dan akibat semakin banyak jumlah rumah makan yang ada menyebabkan semakin tingginya persaingan di dalam industri ini. Hasil pra penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa semakin banyaknya rumah makan yang bermunculan saat ini di Kecamatan Tigo Nagari, untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis rumah makan dibutuhkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing ini termasuk unggul dalam kualitas dan produk yang dijual.

Semakin banyak usaha rumah makan yang bermunculan di lokasi yang strategis khususnya di Kecamatan Tigo Nagari dikarenakan tempatnya yang cukup strategis, yaitu dekat dengan fasilitas pemerintahan serta perkantoran, dan juga terdapat adanya pasar yang buka 2 kali dalam seminggu sehingga mudah dalam pembelian bahan baku, dan secara tidak langsung merupakan pusat keramaian. Sebagian besar konsumen merupakan orang-orang pemerintahan yang dinas di Kecamatan Tigo Nagari dan juga anak sekolah yang berada di

Kecamatan Tigo Nagari tersebut. Kecamatan Tigo Nagari yang mempunyai daerah luas dan kapasitas penduduk yang cukup tinggi, dengan lokasi yang strategis sangatlah memiliki peluang besar untuk menjalankan bisnis wirausaha rumah makan,

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan pada tanggal 9 Agustus 2021 melakukan wawancara bersama informan pertama dengan pihak kantor Camat Tigo Nagari yaitu Bapak Budi Wahyu Satria, S.IP sebagai pimpinan di Kecamatan Tigo Nagari memiliki pandangan bahwa “Penduduk di Kecamatan Tigo Nagari lumayan banyak dan memiliki daerah yang luas terbukti pada data yang ada, setiap tahun penduduk di Kecamatan Tigo Nagari terus meningkat, oleh sebab itu dengan jumlah penduduk yang banyak sangatlah bagus jika membuka usaha di bidang rumah makan, namun juga banyak usaha mikro kecil lain yang bisa dikembangkan selain usaha rumah makan akan tetapi banyak dari masyarakat yang memilih membuka usaha mikro kecil rumah makan, dikarenakan daerah Kecamatan Tigo Nagari banyak memiliki peluang bisnis dengan memanfaatkan daerah yang strategis, akan tetapi persaingan di bidang wirausaha khususnya rumah makan ini adalah suatu usaha yang perlu dikembangkan dan lebih ditingkatkan baik dari segi rasa dan kenyamanan pelangganya/konsumen, karena semakin lama rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari semakin meningkat maka persainganpun secara otomatis sangatlah pesat, berdasarkan peningkatan dan persaingan rumah makan tiap tahunnya para pihak rumah makan haruslah berusaha meningkatkan usahanya dengan berbagai cara dan memunculkan ide-ide kreatif untuk menarik pelanggan/konsumen, namun ada beberapa rumah makan yang tidak berjalan lagi karna tidak mampu menyaingi pihak rumah makan yang lain dan dengan hal itu timbul adanya kekurangan-kekurangan dibagian tertentu dan kalah dalam persaingan, namun keinginan untuk membuka usaha rumah makan terus meningkat walaupun persaingannya semakin pesat bahkan juga banyak yang gagal dalam menjalankan usahanya karna hanya ikut-ikutan sehingga harus gulung tikar, usaha rumah makan ini adalah suatu usaha yang sangat bagus akan tetapi kita harus berfikir lebih maksimal bagaimana meningkatkan usaha yang

kita geluti khususnya rumah makan, jika tidak pandai dalam bersaing maka usaha yang dijalani akan mengalami kerugian”.

Penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa informan ke dua dengan pihak rumah makan bersama Bapak Farid sebagai pemilik salah satu rumah makan mengatakan. “Dalam menjalankan usaha rumah makan harus memiliki kesabaran dan kemauan yang kuat karena semakin lama persaingan semakin ketat khususnya di daerah Kecamatan Tigo Nagari, maka sebab itu kita harus mengembangkan usaha yang kita jalani dengan memperhatikan lingkungan yang ada dan memunculkan ide-ide kreatif untuk menarik pelanggan agar bisa bersaing, jika kita tidak meningkatkan usaha yang kita jalani maka usaha tersebut tentu akan mengalami kemerosotan bahkan bisa mengakibatkan gulung tikar”.

Hasil wawancara dengan informan rumah makan ke tiga bersama Bapak Muslim sebagai pemilik rumah makan mengatakan. “Zaman sekarang persaingan semakin meningkat khususnya usaha rumah makan, karena seiring berjalanya waktu rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari semakin banyak, oleh karena itu semakin banyaknya rumah makan yang ada kita harus lebih mengoptimalkan usaha yang kita jalani agar memperoleh hasil dan keuntungan yang lebih maksimal dengan terus meningkatkan usaha yang kita jalani baik dari segi pelayanan dan lokasi yang strategis dan harus terus memperhatikan minat konsumen.

Hasil wawancara dengan informan ke empat bersama Bapak Rio sebagai pemilik rumah makan yang bisa dikatakan dalam menjalankan usahanya ikut ikutan sehingga mengalami usaha yang tak berkembang mengatakan bahwa “Dalam menjalankan usaha rumah makan sehingga tidak berkembang karena adanya kendala dari beberapa faktor yaitu modal dan lokasi yang kurang strategis dan ditambah lagi persaingan yang semakin ketat, namun usaha rumah makan adalah suatu usaha yang cukup menjamin sehingga keinginan untuk membuka usaha rumah makan sangat besar karna harapan memperoleh keuntungan yang cukup besar akan tetapi karna adanya beberapa kendala tadi dalam menjalankan usaha rumah makan ini mengalami penurunan bahkan

gulung tikar, akan tetapi tekad dan keinginan untuk melanjutkan peningkatan usaha rumah makan akan tetap ada karena seiring waktu berjalan peluang untuk membuka usaha akan semakin berkembang”.

**Tabel 1.3**

**Nama Rumah Makan Yang Sudah Tutup Di Kecamatan Tigo Nagari**

| Nomor | Nama Rumah Makan        | Nama Pemilik |
|-------|-------------------------|--------------|
| 1     | Rumah Makan Sederhana   | Andi         |
| 2     | Minang Saiyo            | Hj.Asma      |
| 3     | Ampera Rang Melayu      | Putra        |
| 4     | Rumah Makan siang Malam | Dewi         |
| 5     | Ampera Bundo            | Liza         |

Sumber : Hasil Observasi Peneliti

Dari fenomena di atas penulis menyimpulkan bahwa usaha rumah makan adalah suatu usaha yang menjamin keuntungan dari pada usaha mikro kecil lainnya di Kecamatan Tigo Nagari, namun banyaknya wirausahawan yang membuka usaha rumah makan tanpa pengetahuan dan ide kreatif tentang usaha kuliner dan hanya ikut-ikutan dalam berbisnis UMKM sehingga mengalami kegagalan dalam menjalankan maupun meningkatkan usaha yang dijalani, maka dari hal inilah yang membuat penulis ingin mengidentifikasi motivasi wirausaha mikro kecil yang memilih bisnis berupa rumah makan di lokasi tersebut. Maka penulis akan melakukan sebuah riset dengan judul **“Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan UMKM Menurut Teori Mc. Clelland ( Studi Kasus Pada Rumah Makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman)”**.



## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini ialah mengidentifikasi motivasi para wirausaha dalam menjalankan usaha rumah makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan UMKM pada rumah makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman menurut teori Mc.Clelland.

## **D. Manfaat dan Luaran Penelitian**

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Wirausaha, penelitian ini dapat menjadi informasi, pedoman, penyemangat, dan sumber motivasi bagi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada 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 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 kecil.

Luaran penelitian dari penelitian ini yaitu berupa target yang dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya nanti.

Target yang akan dicapai dari temuan penelitian ini adalah : Penelitian ini mampu diterbitkan pada jurnal ilmiah nantinya, dan mampu menjadi panduan dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang Identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil.

## E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam memahami judul yang terdapat pada proposal skripsi ini, maka selanjutnya penulis mengemukakan penjelasan dalam istilah judul skripsi ini sebagai berikut :

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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.
- d. 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 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. dan adapun yang penulis maksud disini adalah wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja baik untuk dirinya sendirimaupun untuk orang lain.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **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):

- a. Menurut Kasmir (2011:21) kewirausahaan adalah Kemampuan dalam penciptaan suatu aktivitas usaha disebut sebagai kewirausahaan, untuk melakukan aktivitas itu dengan baik maka diperlukan inovasi dan kreatifitas yang tiada henti sehingga akan ditemukan sesuatu yang unik serta berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya
- b. 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.
- c. 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:

- a. Menurut Frinces (2004:79) menjadi wirausaha adalah pilihan yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah atau kualitas diri dengan meningkatkan tingkat kemakmurannya.
- b. 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. Definisi Motivasi

Menurut Hasibuan (2013) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah Pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan..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 (2012) yang mendefinisikan bahwa motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Motivasi dapat juga dinyatakan sebagai proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada pencapaian tujuan atau goal-directed behaviour.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:

- a. 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 .
- b. 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.
- c. Kebutuhan akan afiliasi (N.Aff= Need for affiliation): yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain.

Indikator motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil adalah sebagai berikut:

- a. 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:

1) 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.

2) Proaktif:

- a) Mempunyai konsumen lebih dari 10 orang per hari. Kebutuhan akan Prestasi:
- b) Dapat meningkatkan pendapatan dan omzet.
- c) Berani Mengambil Resiko:

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

b. 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:

1) 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.

2) Otonomi:

- a) Mempunyai tanggung jawab yang tinggi atas segala keputusan / ide yang telah dibuat seperti menentukan porsi makanan yang akan dijual. Mengambil keputusan sendiri sebagai pemilik rumah makan.

c. 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:

1) 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.

2) Proaktif

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

3. 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:

- a. 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.



- b. 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.
- c. 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.
- d. Agresif dalam Bersaing: yaitu suatu bentuk reaksi perusahaan yang cenderung berkompetisi dalam mendapati permintaan yang ada dalam suatu pasar.
- e. 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.

Orientasi Kewirausahaan juga semakin penting dalam meningkatkan kinerja usaha, Orientasi kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya (M. Trihudyatmanto, 2017a). Penguasaan kemampuan manajemen akan maksimal jika seorang entrepreneur mempunyai keinginan untuk mencapai tujuan yang kuat, mempunyai keyakinan bahwa keberhasilan dapat dicapai dari suatu usaha yang keras, rasa percaya diri yang tinggi dalam setiap tindakan dan keputusan serta memiliki sifat keterbukaan terhadap lingkungan (Syamsul, 2010). Motivasi dapat dipandang sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling, dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang atau keinginan untuk mencurahkan segala tenaga karena adanya suatu tujuan. Seperti yang dikemukakan oleh Mangkunegara (2009:61) Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respons dari suatu aksi. Motivation has been defined as the "Drive or energy that compels people to act with energy

and persistence towards some goal” (Berman, Bowman, West, & Wart, 2010, p. 180).

#### 4. 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:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. 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 Sukeesi (2007) yaitu:

- a. Usaha Mikro: 1 - 5 orang
- b. Usaha Kecil: 6 - 20 orang

Menurut Pandiangan (2014:13) Undang-Undang UMKM secara jelas dan tegas juga memberikan kriteria dari usaha untuk di kategorikan dan ditetapkan sebagai usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah. Adapun ukuran kriteria tersebut mengacu kepada dua hal yaitu:

- 1) Besar kekayaan (aset)
- 2) Besaran penjualan (omzet) dalam setahunnya sebagai berikut:
  - a) Kriteria Usaha Mikro adalah:  
Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
  - b) Kriteria Usaha Kecil adalah:  
Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000, (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

c) Kriteria Usaha Menengah adalah:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah).

## 5. 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:

- a. Cafe: Merupakan rumah makan untuk segmen kelas menengah ke atas. Biasanya terletak di mal atau plaza, hotel berbintang, pusat perkantoran, pusat kota. dan tidak penutup kemungkinan di lingkungan biasa.
- b. Restoran: Merupakan rumah makan untuk segmen kelas menengah dan bisa juga untuk kalangan atas. Biasanya terdapat di pusat kota, pusat perbelanjaan, dan pemukiman penduduk.
- c. 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.

- d. Warung makan sering disebut juga kedai makan, kantin, warung tegal, dan lain-lain.
- e. 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:

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

Kelemahan bisnis rumah makan antara lain:

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

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

- a. Makan merupakan kebutuhan primer
- b. Semua orang butuh makan
- c. Mempunyai hobi/kemampuan memasak
- d. Peluang bisnis ini cukup besar
- e. Memiliki resep khas yang mungkin akan banyak disukai karena rasanya enak
- f. Memiliki pendidikan dalam bidang kuliner
- g. Tertarik dengan laba yang cukup besar
- h. 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:

- a. Terletak di sekitar jalan utama atau jalan raya
- b. Terletak di sekitar pusat keramaian
- c. Tempat pembelian bahan baku dekat
- d. Akses jalan lancar / tidak macet
- e. Jauh dari kriminalitas
- f. Jalan cukup luas
- g. Lingkungan sekitarnya nyaman
- h. Tidak kacau
- i. Mudah dijangkau
- j. Merupakan lingkungan tempat makan yang banyak didatangi orang
- k. Terdapat tempat parkir yang memadai
- l. Terdapat perumahan di sekitarnya
- m. Terdapat perkantoran di sekitarnya

## B. Kajian Relevan

1. Yenny Yuliani Wijaya (2016) dengan judul “Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Usaha Mikro Kecil Menurut Teori Mc. Clelland (Studi Kasus Pada Rumah Makan Di Perumahan Genuk Indah Semarang)” 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.

Relevan penelitian yang telah dilakukan tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama mengidentifikasi motivasi wirausaha pada rumah makan, dan pada penelitian yang akan penulis buat juga menggunakan teori dari Mc. Clelland untuk meneliti motivasi wirausaha pada rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari.

2. Alfi Roisah (2018),” Dengan Judul “Motivasi Berwirausaha (studi kasus santri putri pondok pesantren Riyadlatul Ulum 39 B Batang Hari Kabupaten Lampung timur”. Berdasarkan penelitian, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa berdasarkan wawancara kepada santri putri dan pengurus terhadap motivasi santri putri dalam berwirausaha di pondok pesantren Riyadlarul Ulum 39 B Batang Hari kabupaten lamoung Timur adalah santri putri mempunyai kemampuan untuk mandiri, menambah uang saku dan menambah pengalaman hidup mandiri, tidak puas dengan karir yang di jalani dan dukungan orang tua.

Relevan penelitian yang telah dilakukan tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama mengidentifikasi mengenai berwirausaha . Namun pada penelitian yang telah dilakukan menggunakan pengujian ANOVA dan dipenelitian yang akan penulis lakukan tidak menggunakan pengujian ANOVA

3. Hartina (2019), dengan judul “Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan ” Berdasarkan penelitian, hasil penelitian mengungkapkan dalam dunia bisnis atau wirausaha, lokasi strategis sangat di perlukan mendukung kesuksesan usaha. Biasanya, lokasinya strategis berkaitan dengan market equitas (penarikan pasar) di dekat mahasiswa, dekat kantor (penarikan pangsa dewasa karier), dekat mall ( penarikan anak muda) .

Relevan penelitian yang telah dilakukan tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama bisnis berwirausaha. Namun pada bisnis berwirausaha yang penulis lihat disini hanya mengidentifikasi motivasi berwirausaha paa rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari.

4. Dian Erika Candra (2020) dengan judul “ Analisis Faktor-faktor Motivasi Wirausaha Rumah Makan di Desa Mendalo Darat, Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi “ Berdasarkan hasil penelitian, Faktor Motivasi wirausaha adalah bantuan finansial, keinginan pribadi, pengetahuan teknis, mencari tantangan, status social, dan factor penggunaan dana yang tidak terpakai.

Relevan penelitian yang telah dilakukan tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama bisnis berwirausaha. Namun pada bisnis berwirausaha yang penulis lihat disini hanya mengidentifikasi motivasi berwirausaha paa rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari.





### **C. Instrument Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data karena kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif ini adalah mutlak, dimana peneliti harus berinteraksi langsung dengan lingkungan baik manusia maupun non-manusia seperti hasil interview/wawancara, kamera dan data-data/berkas sebagai dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **D. 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.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi yaitu penulis meneliti dan mengumpulkan data dengan cara terjun langsung kelapangan yaitu ke Rumah makan yang ada di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman untuk mendapatkan informasi tentang motivasi wirausaha dalam menjalankan bisnis Rumah makan.

#### **2. Wawancara**

Wawancara yaitu penulis secara langsung mengadakan komunikasi dengan Narasumber. Komunikasi tersebut dilakukan dengan dialog (tanya jawab) secara lisan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu penulis mencari dan mengumpulkan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya. (Subandi, 2011; p. 176-177).

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah model Analisis Interaktif. Di dalam model ini terdapat tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Aktivitasnya berbentuk interaksi ketiga komponen analisis secara sistematis sebagai berikut.

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan cara yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat menarik kesimpulan atau memperoleh pokok temuan. Peneliti dalam melakukan penelitian ini akan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya. Dengan peneliti melakukan reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

### b. Sajian Data (*Data Display*)

Supaya mendapat gambaran yang jelas tentang data keseluruhan yang pada akhirnya akan dapat menyusun kesimpulan, maka peneliti berusaha menyusunnya ke dalam penyajian data dengan baik dan jelas agar dapat dimengerti dan dipahami. Setelah peneliti selesai melakukan reduksi data, maka tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu mendisplay data. Peneliti akan melakukan penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan atau sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Dalam penelitian ini seleksi data, penarikan kesimpulan sudah dimulai dari proses awal diperolehnya data. Oleh karena peneliti sebagai bagian dari instrument penelitian, sehingga setiap data telah dicek keakuratan dan validitasnya. Dengan model analisis interaktif maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan. (Subandi, 2011; p. 178)

Dalam melakukan penarikan kesimpulan, peneliti melakukan dengan menemukan makna data yang sudah disajikan. Melalui data-data yang sudah dikumpulkan. Selanjutnya yang peneliti lakukan penarikan kesimpulan kemudian tersebut di verifikasi serta uji validitasnya

Hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis data adalah memeriksa dan memastikan semua pertanyaan/pernyataan yang sudah dijawab oleh responden, pertanyaan dalam penelitian ini memiliki 3 indikator motivasi yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Setiap indikator mengandung pernyataan. Pernyataan nomor 1-6 berisi tentang kebutuhan akan prestasi. Pernyataan nomor 7-11 berisi tentang kebutuhan akan kekuasaan. Pernyataan nomor 12-15 berisi tentang kebutuhan akan afiliasi.

**Tabel 3.1**  
**Nama Rumah Makan di Kecamatan Tigo Nagari**

| No | Nama Rumah Makan       | Nama Pemilik |
|----|------------------------|--------------|
| 1  | Warung Nasi Bella      | Yuga         |
| 2  | Ampera Manenggang      | Mak Sihat    |
| 3  | Masang Raya            | Iyul         |
| 4  | Pondok Makan Indah     | Open         |
| 5  | Minang Saiyo           | Hj. Asma     |
| 6  | Ampera Rang Melayu     | Putra        |
| 7  | Rumah Makan Pratama    | Iyur         |
| 8  | Rumah Makan Perjuangan | Saren        |
| 9  | Rumah Makan ONE        | Ides         |

|    |                            |          |
|----|----------------------------|----------|
| 10 | Kedai Nasi Abang Adek      | Yusnimar |
| 11 | Rumah Makan Pelangi        | Muklis   |
| 12 | Rumah Makan Palanta        | Farid    |
| 13 | Rumah Makan Sederhana      | Andi     |
| 14 | Pondok Barangin            | Sien     |
| 15 | Ampera Sinar Harapan       | Sari     |
| 16 | Rumah Makan siang Malam    | Dewi     |
| 17 | Ampera 10.000              | Eri      |
| 18 | Ampera Bang Dani           | Endit    |
| 19 | Rumah Makan Ampera Pandu   | Simel    |
| 20 | Ampera Bundo               | Liza     |
| 21 | Rumah Makan Berkah Saudara | Roby     |

Sumber: Data Hasil Observasi Peneliti

### G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2013 : 397)

Untuk menjamin keabsahan data dalam mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil khususnya di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman yaitu dengan cara penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak rumah makan yang berada di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman penulis dalam mengumpulkan sumber data dengan menggunakan metode wawancara , sehingga mampu memperoleh data yang dibutuhkan dan mampu dijamin keabsahannya.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Geografis

Kecamatan Tigo Nagari terletak di kabupaten pasaman provinsi Sumatera Barat, kabupaten pasaman merupakan daerah dengan jumlah penduduk yang cukup banyak yaitu dengan jumlah penduduk sebanyak 301.444 jiwa pada tahun 2021, Kecamatan Tigo Nagari merupakan salah satu kecamatan di antara 13 kecamatan yang ada di kabupaten Pasaman dengan jumlah penduduk 26.979 jiwa. Dengan jalan lintas utama yaitu jalan lintas padang sawah-Simpang empat. Umumnya rumah makan yang berada di kecamatan Tigo nagari berada di sepanjang jalan lintas tersebut.

#### B. Gambaran Umum responden

Responden dalam penelitian ini yaitu wirausaha berskala mikro dan kecil berupa rumah makan maupun warung makan yang berada di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat. Responden yang diambil sebanyak 15 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 |
|----|-----------|--------------|---------------------|--------------------------------------|--------------------|-----------------|
| 1  | Mak Sihat | 53           | SD                  | Jln. Kumpulan Padang-Sawah           | 6                  | 2               |
| 2  | Open      | 47           | SMA                 | Jln. Kumpulan Padang-Sawah-Simpang 4 | 8                  | 3               |
| 3  | Yusnimar  | 57           | SMA                 | Jln. Kumpulan Padang-                | 10                 | 1               |

|    |        |    |     |                                |    |   |
|----|--------|----|-----|--------------------------------|----|---|
|    |        |    |     | Sawah                          |    |   |
| 4  | Ides   | 60 | SMA | Psr.Ladang Panjang-Tigo Nagari | 12 | 3 |
| 5  | Muklis | 48 | SMP | Jln.Kumpulan Padang-Sawah      | 5  | 4 |
| 6  | Iyul   | 52 | SMA | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 4  | 1 |
| 7  | Farid  | 35 | SMA | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 3  | 3 |
| 8  | Saren  | 58 | SMP | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 3  | 2 |
| 9  | Putra  | 41 | SMA | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 5  | 2 |
| 10 | Endit  | 43 | SMP | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 4  | 1 |
| 11 | Iyur   | 45 | SMA | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 3  | 1 |
| 12 | Sari   | 38 | SMP | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 4  | 2 |
| 13 | Roby   | 36 | SMA | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 7  | 1 |
| 14 | Eri    | 40 | SMP | Jln. Kumpulan Padang-Sawah     | 5  | 1 |
| 15 | Simel  | 47 | SMP | Ld.Panjang                     | 8  | 2 |

Sumber : Data Primer 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat kita lihat data responden dimana terdapat 10 orang responden perempuan atau (67%) dengan Usia 30-60 tahun dan 5 orang responden laki-laki atau (33%) dengan usia 40-50 tahun. sementara untuk

Pendidikan terakhir responden terdapat 1 orang tamatan SD 6 Orang tamatan SMP dan 8 Orang tamatan SMA. Dan berdasarkan data dari tabel di atas dapat kita lihat lama usaha dari masing-masing responden yaitu terdapat 9 rumah makan yang berdiri selama 1-5 tahun, 5 rumah makan yang sudah berdiri selama 6-10 Tahun, dan 1 rumah makan yang sudah berdiri selama 11-15 tahun.

### C. 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 Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman menurut teori Mc. Clelland yang terdiri dari kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi.

#### 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 4.3**  
**Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Prestasi**

| 1. Apa saja menu yang anda jual? Apakah selalu ada menu masakan baru setiap hari? |   | Kesimpulan   |
|---|---|--|
| Responden1  | Aneka Masakan khas Padang seperti rendang, gulai, dendeng ikan bakar, ayam cabe hijau | Ke 15 responden umumnya memiliki jenis masakan yang sama, hanya beberapa rumah makan |



|             |  |   |
|-------------|--|---|
| Responden 2 | Seperti Masakan rumah makan umumnya seperti gulai ayam, gulai cancang, ikan bakar, gulai ikan                      | saja yang memiliki menu masakan yang berbeda, seperti sambasam libek, limbek merupakan lele kering yang di asapkan. Dan pada umumnya ke 15 responden memiliki menu yang paling utama yaitu rendang dan beberapa jenis gulai-gulai an, dan ayam lado hijau juga merupakan menu yang umumnya ada di setiap rumah makan. |
| Responden 3 | Ikan bakar, gulai ikan, gulai cancang, ayam bakar, ayam goreng, ayam bumbu, ayam cabe hijau                        |   |
| Responden 4 | Gulai tambusu, gulai telur, gulai ikan, ayam bumbu, ayam baka, ayam goreng, dendeng Lombok, asam padeh ikan        |   |
| Responden 5 | Ikan bakar, ayam bakar, ayam goreng, ayam bumbu, ayam cabe hijau, gulai ayam, gulai telur, dendeng, sambasam       |   |
| Responden 6 | Sambasam limbek, gulai ikan, gulai ayam, ikan bakar, ayam bakar, ayam goreng, ayam cabe hijau, pepes ikan, rending |   |
| Responden 7 | Dendeng Lombok, ikan bakar, ayam bakar, gulai ikan, gulai ayam, gulai tambusu, rendang.                            |   |
| Responden 8 | Telur Dadar, gulai telur, gulai ikan, gulai tunjang, ikan bakar, gulai ikan, dendeng balado.                       |   |
| Responden 9 | Ayam bumbu, ayam gor0ng, ayam bakar,   |   |

|   |   |            |
|---|---|------------|
|   | Gulai ikan, telur dadar, ayam cabe hijau, rendang, asam padeh ikan, kalio ayam  |            |
| Responden 10  | Ayam cabe hijau, gulai ikan, gulai ayam, ayam bakar, ikan bakar, ayam bumbu, gulai tambusu  |            |
| Responden 11  | Goreng Belut, telur dadar, ikan bakar, asam padeh ikan, ayam bumbu, kalio ayam, rending, gulai tambusu.                                       |            |
| Responden 12  | Ikan Bakar, ayam bakar, ayam bumbu, ayam goreng, ayam cabe hijau, dendeng Lombok, gulai ikan. Rendang   |            |
| Responden 13  | Gulai Tambusu, Gulai cancan, ayam bakar, ikan bakar, ayam bumbu, ayam cabe hijau, ayam goreng, dendeng balado, asam padeh ikan, gulai tunjang |            |
| Responden 14  | Rendang, ayam goreng, ayam bakar, gulai ayam, kaio ayam, dendeng, gulai tunjang, gulai tambusu, gulai ikan, ikan bakar                        |            |
| Responden 15  | Dendeng balado, ayam bakar, ayam bumbu, ayam cabe hijau, asam padeh ikan, gulai tunjang, gulai tambusu,                                       |            |
| 2. Apakah ibuk//bapak mempunyai resep yang khas dalam masakan yang bapak/ibu buat ? |   | Kesimpulan |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 1 | Tidak ada resep khusus, resep yang digunakan adalah resep yang telah ada pada umumnya  | Jadi dari ke 15 responden peneliti menarik kesimpulan bahwa pada umumnya setiap rumah makan memiliki resep dan cara pengolahan bahan masakan yang berbeda-beda dan hanya beberapa rumah makan saja yang tidak memiliki resep khusus untuk masakannya |
| Responden 2 | Ada, resep yang di wariskan dari keluarga secara turun temurun   |  |
| Responden 3 | Ada, untuk rendang dan sambal cabe hijau saya memiliki resep yang sedikit berbeda dengan orang lain  |  |
| Responden 4 | Tidak ada, hanya resep biasa saja.   |  |
| Responden 5 | Ada beberapa masakan yang menggunakan resep khas sendiri yaitu dalam masakan gulai   |  |
| Responden 6 | Ada, pada beberapa masakan tertentu seperti cara memasak atau mengolah bahan masakan, seperti ayam yang di ungkep terlebih dahulu sebelum digoreng |  |
| Responden 7 | Ada, mempunyai resep dari orang tua saya yang membuat masakan lebih enak.  |  |
| Responden 8 | Tidak ada, hanya resep biasa saja.   |  |
| Responden 9 | Tidak ada, hanya resep biasa yang di gunakan orang-orang pada umumnya  |  |

|   |  |   |
|---|--|---|
| Responden 10  | Ada, yaitu resep yang diwariskan keluarga secara turun temurun.  |   |
| Responden 11  | Ada, resep yang di racik sendiri agar memiliki cita rasa yang berbeda dari masakan orang lain                          |   |
| Responden 12  | Ada, tapi tidak jauh berbeda dengan resep makanan pada umumnya hanya menambahkan sedikit bumbu khusus.                 |   |
| Responden 13  | Ada, karna kebanyakan orang mengatakan lain orang, lain cara masaknya .  |   |
| Responden 14  | Tidak ada, hanya resep biasa saja.   |   |
| Responden15   | Ada, tapi tidak jauh berbeda dengan resep makanan pada umumnya.  |   |
| 3. Biasanya, konsumen Bapak/Ibuk berasal dari kalangan apa? dan Kira-kira berapa jumlah konsumen Bapak/ibuk dalam sehari? |  | Kesimpulan  |
| Responden 1   | karyawan, penduduk setempat dan siswa-siswi sekolah di sekitar, supir travel jumlahnya hingga 15-25 orang.             | Umumnya pembeli/Konsumen dari rumah setiap rumah makan adalah penduduk di sekitar rumah makan tersebut, dan rumah makan yang terletak di dekat sekolah atau |
| Responden 2   | Karyawan kantor camat, nagari, polsek, supir travel, penduduk setempat dan siswa-siswi sekolah, jumlahnya hingga 15-30 |   |

|             |   |  |
|-------------|---|--|
|             | Orang   | kantor konsumen atau pembelinya para pegawai   |
| Responden 3 | Karyawan kantor camat, nagari, polsek penduduk setempat dan siswa-siswi sekolah, jumlahnya hingga 15-30 Orang             | kantor dan siswa-siswi, untuk rumah makan yang berada di dekat pasar konsumennya umumnya para pedagang pasar an tukang ojek. |
| Responden 4 | Supir mobil besar (puso, Pariwisata, Penduduk setempat, siswa-siswi sekolah, tukang ojek jumlahnya hingga 20-35 orang     |  |
| Responden 5 | Masyarakat sekitar, tukang ojek, siswa-siswa, jumlahnya hingga 20-40 orang  |  |
| Responden 6 | Pekerja kantoran ( Kantor Camat, Polsek, KUA), Masyarakat setempat,dan siswa-siswi(SMA), Jumlahnya mencapai 15-25 Orang   |  |
| Responden 7 | Siswa-siswi (SMA/SMP), Masyarakat setempat (Pedagang harian, Kaki Lima),dan tukang ojek, jumlahnya hingga 20-40 orang     |  |
| Responden 8 | Siswa-Siswi (SMA),Pekerja Kantoran (Kantor Polsek,Kantor Camat,KUA), dan Masyarakat sekitar, Jumlahnya hingga 20-35 orang |  |
| Responden 9 | Masyarakat setempat,tukang ojek, dan karyawan kantor camat,polsek dan KUA,  |  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | Jumlahnya Sampai 15-25 Orang  |  |
| Responden 10   | Siswa-siswi (SMA/SMP), dan Masyarakat ,<br>Jumlahnya hingga 10-20 orang   |  |
| Responden 11   | Pekerja Kantoran, Masyarakat sekitar, sopir mobil (Fuso,Canter,dan Travel), Jumlahnya hingga 10-20 orang              |  |
| Responden 12   | Masyarakat setempat, Karyawan (Pegawai BANK,Pegawai Kantor Camat,dan Guru SMA/SMP), Jumlahnya hingga 15-25 orang      |  |
| Responden 13   | Masyarakat sekitar, tukang ojek, dan pegawai-pegawai kantor Pedagang pasar jumlahnya hingga 15-30 orang               |  |
| Responden 14   | Masyarakat sekitar, tukang ojek, dan pegawai-pegawai kantor Pedagang pasar jumlahnya hingga 15-30 orang               |  |
| Responden 15   | Pegawai Bank, Masyarakat setempat, tukang ojek, jumlahnya hingga 15-25 orang  |  |
| 4. Apakah pendapatan Bapak/Ibuk mengalami peningkatan per hari? Berapakah kisaran pendapatan dalam sehari? |   | Kesimpulan   |
| Responden 1  | Tergantung kadang naik kadang turun, kadang hanya ada beberapa pembeli saja kisaran Rp.200.000- Rp.300.000,- per hari | Dari ke 15 responden tidak ada penghasilannya yang tiap hari meningkat |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 2 | Semenjak pamdemi covid-19 ini penjualan semakn hari semakin menurun biasa sampai Rp.500.000,- sekarang hanya kisaran Rp.200.000- Rp.350.000,- perhari  | atau naik, hal ini di akibatkan oleh dampak covid-19.<br>Salh satu dampak covid-19 ialah tutupnyasekolah-sekolah yang mengakibatkan penghasilan menurun. |
| Responden 3 | Tidak, Semenjak sekolah di liburkan akibat dari covid-19 senghasilan selalu menurun, sebelum covid-19 penghasilan mencapai Rp.400.000,- perhari sekarang hanya kisaran Rp.200.000,- sampai Rp.300.000,- perhari. |  |
| Responden 4 | Tidak menentu tergantung hari pasar, kalau hari pasar yaitu hari selasa penjualan meningkat, kalau bukan hari pasar penghasilan hanya kisaran Rp.250.000,- sampai Rp.350.000,-                                   |  |
| Responden 5 | Iya, Lumayan. Tergantung harinya kalau hari pasar sehari bisa dapat Rp.500.000,- , dan jika bukan hari pasar bisa Rp.200.000,- sampai Rp.350.000,- per hari  |  |
| Responden 6 | Tidak Menentu, terkadang naik terkadang turun kadang hanya terdapat beberapa pelanggan saja. Perhari kisaran Rp.150.000 sampai Rp.300.000,-perhari.  |  |
| Responden 7 | Tidak menentu terkadang naik terkadang   |  |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
|              | pas-pasan kisaran 350.000,- sampai Rp.600.000,- perhari   |  |
| Responden 8  | Sehari-hari pendapatan naik turun kadang dapat Rp. 400.000,- kadang-kadang Rp. 200.000,- per hari                                       |  |
| Responden 9  | Belum tentu meningkat setiap hari , hasilnya paling Rp. 300.000,- per hari  |  |
| Responden 10 | Tidak menentu, kadang naik kadang turun, paling kalau naik Rp. 300.000,- Rp.500.000,- sehari bahkan kadang hanya Rp.50.000,- sehari itu |  |
| Responden 11 | Ya, kadang naik kadang tidak ada sama sekali naiknya pun kisaran Rp. 400.000,- Perhari  |  |
| Responden 12 | Ya, Lumayan bisa dapat Rp.300.000,- Rp.400.000,- perhari  |  |
| Responden 13 | Kadang-kadang naik dan kadang-kadang turun kisaran Rp.250.000,- Rp.300.000,- perhari  |  |
| Responden 14 | Ya, tidak menentu kisaran Rp.150.000,- Rp.300.000,- sehari  |  |
| Responden 15 | Pas-pasan kadang naik kadang turun apalagi  |  |



|   |   |   |
|---|---|---|
|   | <p>sekarang adanya Covid-19 membuat penjualan sedikit, dari penjualan biasanya Rp.300.000,- perhari, jadi sering menurun dibawah kisaran tersebut.</p>  |   |
| <p>5. Bagaimana anda menangani masalah seperti makanan tidak laku, adanya konsumen yang komplain?</p> |   | <p>Kesimpulan</p>   |
| <p>Responden 1</p>  | <p>Saya konsumsi sendiri, dan jika ada pelanggan yang komplain, saya akan melayani sesuai permintaanya.</p>   | <p>Dari ke 15 jawaban dari responden peneliti dapat menyimpulkan bahwa jika ada masakan yang berlebih maka oleh para pemilik rumah makan makanan atau masakan yang berlebih tersebut akan di konsumsi sendiri jika jumlahnya sedikit kalau jumlahnya banyak akan di panaskan jika masih layak untuk di jual akan di jual kembali, dan apabila ada pelanggan atau konsumen yang komplek mereka akan bertanggung jawab.</p> |
| <p>Responden 2</p>  | <p>Jika makanan yang dijual tidak habis, maka saya konsumsi sendiri dan juga dibagikan kekeluarga, dan jika ada yang komplain saya akan bertanggung jawab</p>   |   |
| <p>Responden 3</p>  | <p>Biasanya jika masakan tersebut tidak basi maka saya akan masak ulang dan dijual kembali,dan jika tidak habis maka akan di konsumsi sendiri, dan kalau ada pelanggan yang complain akan saya layani dengan baik</p> |   |
| <p>Responden 4</p>  | <p>Jarang tidak laku, ya kalau tidak habis saya makan sendiri,dan kalau ada yang protes, saya turuti kemauan pembeli</p>  |   |
| <p>Responden 5</p>  | <p>Diolah dan saya jual lagi besoknya selama masih bisa, jika ada yang mengkritik akan saya layani dengan baik</p>  |   |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| Responden 6  | Akan dijual kembali jika belum basi, jika tidak habis ya dikonsumsi sendiri, dan kalau ada yang complain saya akan terima dan tanggung jawab   |  |
| Responden 7  | Diolah dan dijual lagi besoknya selama masih bisa. Kalau ada yang protes saya turuti kemauan pembeli.  |  |
| Responden 8  | Dikonsumsi sendiri kalau jumlahnya sedikit, kalau jumlahnya banyak di bagikan ke tetangga dan apabila masih layak di panaskan dan di jual kembali besok  |  |
| Responden 9  | Jika jumlahnya banyak dan masih layak untuk di jual akan saya panaskan dan jual kembali besok, dan jika ada yang complain saya akan minta maaf dan tanggung jawab                                      |  |
| Responden 10 | Saya akan jual kembali dan akan saya konsumsi bersama keluarga , jika ada yang memberikan kritikan akan saya terima dan tanggung jawab.  |  |
| Responden 11 | Tidak laku sih jarang terjadi, namun jika memang terjadi paling saya konsumsi sendiri dan yang masih bisa dijual yang belum basi, saya akan kelola dan jual kembali, kalau ada yang komplain saya akan |  |

|   |  |  |
|---|--|--|
| Responden 12  | <p>menerima dan mengikuti keinginan yang komplain tersebut</p> <p>Jika tidak habis, biasanya di konsumsi sendiri, paling yang masih bisa di jual dan yang belum basi akan dikelola kembali, namun jika ada yang complain akan saya ikuti kemauan yang memberikan kritikan tersebut dan mintak maaf</p> |  |
| Responden 13  | <p>Saya Konsumsi sendiri dan yang belum basi saya jual kembali dengan cara mengelola atau memasaknya ulang, jika ada yang komplain saya akan tanggung jawab</p>  |  |
| Responden 14  | <p>Untuk masakan yang tidak habis terjual, biasanya saya kelola kembali jika belum basi, dan untuk yang complain akan masakan tentu saya akan menerima kritiknya tersebut dan bertanggung jawab</p>  |  |
| Responden 15  | <p>Biasanya kalau dagangan saya tidk habis kalau jumlahnya sedikit akan saya konsumsi sendiri, kalau jumlahnya banyak selagi masih layah untuk d panaskan akan saya jual kembali</p>   |  |
| 6. Apakah Bapak/ Ibuk bersedia menerima pesanan jumlah besar seperti pada acara syukuran, arisan, | Kesimpulan   |  |

| rapat? Mengapa? |  |  |
|-----------------|--|--|
| Responden 1     | Bersedia, karena banyak peluang, bisa mendapatkan untung banyak, banyak orang yang kenal dengan usaha saya.  | Dari ke 15 jawaban responden peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada umumnya para pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman bersedia untuk menerima pesanan dari acara tertentu seperti rapat, syukuran arisan dan acara-acara lain sebagainya, menurut mereka dengan menerima pesanan dari acara-acara tersebut akan menambahkan omset dari penjualan mereka dan dengan menerima pesanan dari berbagai acara akan membuat rumah makan mereka banyak di kenal oleh banyak orang. |
| Responden 2     | Bersedia, karena akan memberikan untung yang lumayan dan keuntungan dari menerima pesanan tersebut bisa dijadikan tambahan modal.  |  |
| Responden 3     | Ya bersedia, bisa menambah pelanggan dan banyak yang tahu tentang rumah makan saya.  |  |
| Responden 4     | Bersedia, karena dengan menerima pesanan yang cukup banyak akan memberikan keuntungan yang lumayan dan dengan menerima pesanan dari acara tertentu juga dapat memberikan keuntungan.                 |  |
| Responden 5     | Bersedia, ya lumayan bisa memberikan pendapatan yang jelas dan dapat menambah modal usaha kalau pesannya lumayan banyak,   |  |
| Responden 6     | Bersedia, karena penjualan yang semakin hari semakin tidak menentu dengan mengambil pesanan dari acara-acara tertentu bisa memberikan tambahan modal dan juga bisa memberikan penghasilan yang pasti |  |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| Responden 7  | Bersedia, kalau pesanannya sesuai dengan kemampuan saya, kalau terlalu banyak mungkin juga di ambil mungkin juga tidak, ya kalau terlalu banyak tenaga untuk membantu kurang   |  |
| Responden 8  | Tentu bersedia, ya mengapa tidak dengan menerima pesanan dari berbagai acara rumah makan saya akan di kenal oleh banyak orang dan jika konsumen terpuaskan oleh masakan saya otomatis mereka akan berlangganan         |  |
| Responden 9  | Bersedia, karena dengan menerima pesanan dari berbagai acara akan memberikan pendapatan yang jelas dan keuntungan yang jelas juga tentunya.  |  |
| Responden 10 | Bersedia, tentu saja saya akan menerima pesanan dari acara-acara tertentu di masa ekarang untuk memapatkan pelanggan itu susah, jadi apabila ada yang memberikan pesanan dengan jumlah banyak pasti saya akan bersedia |  |
| Responden 11 | Bersedia, karena dengan menerima pesanan dengan jumlah tertentu akan memberikan pendapatan yang jelas dan keuntungan yang jelas juga, dan apabila konsumen puas  |  |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
| Responden 12 | <p>dengan masakan saya otomatis saya akan mendapatkan pelanggan yang tetap dan rumah makan saya akan di kenal oleh bnyak orang itung-itung sekalian promosi.</p> <p>Iya bersedia, mengapa tidak itu namanya rezeki usaha rumah makan kecil seperti saya pasti akan sangat senang apabila ada orang yang memesan makanan dengan jumlah banyak.</p> |  |
| Responden 13 | <p>Tentu saja bersedia, rezeki tidak mungkin akan di tolak, jaman sekarang mencari pelanggan itu susah apalagi untuk pesanan yang jumlahnya banyak.</p>   |  |
| Responden 14 | <p>Bersedia, karena akan memberikan untung yang lumayan dan keuntungan dari menerima pesanan tersebut bisa dijadikan tambahan modal.</p>  |  |
| Responden 15 | <p>Bersedia, apalagi dengan jumlah yang lumayan banyak karena akan memberikan tambahan penghasilan dan peningkatan penjualan dan jug apabila konsumen terpuaskan maka otomatis mereka akan memesan lagi nantinya</p>  |  |

Sumber ; data primer, 2021

Berdasarkan table 4.2 di atas dapat kita lihat bahwa pemilik rumah makan di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman memiliki motivasi akan prestasi yang tinggi, itu dapat di lihat dari jawaban responden atas 6 pertanyaan yang di berikan. dari jawan responden tersebut umunya mereka memiliki motivasi yang tinggi akan prestasi, ini dapat kita lihat dari ke 15 responden umunya memiliki resep khusus untuk masakan mereka dan para responden juga bersedia jika menerima pesanan dari berbagai acara dengan jumlah yang banyak.

## 2. 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 4.3**  
**Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Kekuasaan**

| 7. Apakah bapak/ ibuk bangga mempunyai rumah/warung makan? Mengapa? |  | Kesimpulan   |
|---|--|--|
| Responden 1   | Iya, tentu saja saya bangga, karena ini adalah pekerjaan saya dan saya harus bangga. | Dari ke 15 responden dapat peneliti simpulkan bahwa mereka semuanya bangga memiliki rumah makan karena tidak semua orang mampu memiliki rumah makan dan umumnya pemilik rumah makan atau |
| Responden 2   | Bangga sekali, dapat memiliki penghasilan dengan menyalurkan hobi.                   |  |
| Responden 3   | Iya bangga, karena bisa menghasilkan uang sendiri dan                                |  |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 4 | <p>tidak terlalu membebankan semua kebutuhan keluarga pada suami.</p> <p>Bangga, Karena jaman sekarang menciptakan lapangan kerja sendiri itu tidak gampang, termasuk mendirikan rumah makan tiak semua orang mampu mendirikan rumah makan karena itu saya bangga.</p> | <p>responden memiliki kemampuan memasak dan membuka ruang makan merupakan salah satu cara untuk menyalurkan bakat mereka dan sebagai sumber pendapatan pastinya.</p> |
| Responden 5 | <p>Bangga, dapat mencari uang sendiri tanpa mengandalkan suami.</p>  |  |
| Responden 6 | <p>Pasti, karena saya dapat mencari uang dengan menjual makanan yang mudah dibuat.</p>   |  |
| Responden 8 | <p>Iya bangga, saat wanita-wanita lain bergantung semuanya pada suami saya bisa menghasilkan uang sendiri dan bisa membantu perekonomian keluarga.</p> <p>Bangga, karena emasak adalah</p>   |  |



|              |   |  |
|--------------|---|--|
| Responden 9  | hobi saya sayangkan saya ada kemampuan dan juga hobi dan tidak disalurkan.  |  |
| Responden 10 | Ya bangga, karena dapat mempunyai penghasilan sesuai keahlian yang saya miliki.   |  |
| Responden 11 | Tentu saja bangga, karena Ini pekerjaan saya dan ini yang telah memenuhi kebutuhan keluarga saya.   |  |
| Responden 12 | Iya saya bangga, karena memiliki rumah makan sendiri mereupakan suatu yang membanggakan karena saya bisa membuka lapangan pekerjaan untuk saya dan untuk karyawan saya.<br><br>Bangga, karena bisa bekerja dengan kemampuan yang saya memiliki yitu memasak dan memasak juga merupakan hobi saya. |  |
| Responden 13 | Iya bangga, karena memiliki rumah makan merupakan cita-cita saya.   |  |

|   |  |  |
|---|--|--|
| Responden 14  | Bangga, karena memasak adalah hobi saya, dan saya mencari uang dengan hobi saya.   |  |
| Responden 15  | Bangga, karena apapun pekerjaan kita kita harus bangga, selagi itu halal dan dapat emenuhi kebutuhan.                                |  |
| 8. Apakah Bapak/ ibuk senang apabila dihormati dan dipandang baik oleh orang lain sebagai pemilik rumah makan? Mengapa? |  | Kesimpulan   |
| Responden 1   | Sangat senang, karena itu menandakan bahwa banyak orang yang suka dengan saya dan usaha saya.  | Dari ke 15 responden peneliti dapat menyimpulkan bahwa semua pemilik rumah makan yang ada di kecamatan tigo nagari senang apabila di hargai oleh orang lain dan mereka senang apabila usahanya juga di harga orang lain. |
| Responden 2   | Tentu saja senang, karena saling hormat menghormati itu sangat penting   |  |
| Responden 3   | Pastinya, karena jika orang menghormati dan menghargai saya dan usaha saya pasti saya akan lebih nyaman dan semangat dalam berusaha. |  |
| Responden 4   | Senang, tidak ada orang yang tidak mau dihormati termasuk  |  |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
|              | saya.  |  |
| Responden 5  | Tentu saja saya senang, tidak ada orang di dunia ini yang tidak senang kalau dia di hargai oleh orang lain.                                |  |
| Responden 6  | Senang sekali, apalagi kita di hormati dan pekerjaan kita juga di hormati oleh orang lain.   |  |
| Responden 7  | Pasti, menandakan bahwa banyak orang yang suka dengan saya dan usaha saya.   |  |
| Responden 8  | Tentu, karena saya dapat mengelola rumah makan dengan baik.  |  |
| Responden 9  | Tentu saja saya senang, kalau orang lain menghormati saya karena usaha saya berarti mereka suka dengan saya dan usaha saya.                |  |
| Responden 10 | Senang sekali pastinya kalau orang lain menghargai saya dan usaha saya dan saya tentunya juga akan bersemangat dalam mengelola usaha saya. |  |

|  |  |   |
|--|--|---|
| Responden 11   | Senang, berarti banyak orang yang menganggap saya baik.  |   |
| Responden 12   | Senang, karena saling menghormati itu penting dan dapat mengeratkan rasa persaudaraan.                                     |   |
| Responden 13   | Yang jelas pasti senang, tidak ada orang yang tidak senang kalau di hargai oleh orang lain apalagi di harga oleh usahanya. |   |
| Responden 14   | Senang sekali tentunya, semua orang pasti ingin di hargai dan di hormati siapapun orangnya.                                |   |
| Responden 15   | Tentu saja saya senang, di hormati dan saling menghormati itu sangat penting.  |   |
| 9. Bagaimana sikap karyawan / pekerja bapak/Ibuk? Apakah karyawan Bapak/Ibuk selalu memenuhi perintah dalam bekerja? |  | Kesimpulan  |
| Responden 1  | Semua karyawan saya baik dan menjalankan tugasnya dengan benar.  | Dari ke 15 responden dapat kita simpulkan bahwa umumnya karyawan di masing- |
| Responden 2  |  |   |

|             |   |   |
|-------------|---|---|
| Responden 3 | Karyawan saya Alhamdulillah semuanya rajin dan patuh dengan perintah saya walau kadang-kadang juga membuat sedikit kesalahan. | masing rumah makan memtuhi perintah dari pemilik rumah makan atau atsana mereka, walau terkadang ada yang sesekali tidak mematuhi seperti terlambat datang. |
| Responden 4 | Semuanya patuh , sopan dan selalu menuruti perintah saya,   |   |
| Responden 5 | Ya, karyawan menghormati saya, sopan, dan patuh jika saya suruh.  |   |
| Responden 6 | Iya, kariyawan saya patuh dengan apa yang saya perintahkan atau suruh namun terkadang ada juga sesekali yang tidak mmatuhi    |   |
| Responden 7 | Iya, karyawan saya mematuhi perintah saya walau sekali-sekali tidak mematuhi perintah   |   |
| Responden 8 | Iya, Karyawan saya mematuhi perintah saya dalam melakukan pekerjaanya   |   |
| Responden 9 | Iya, Karyawan saya mengikuti  |   |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
|              | semua Intruksi saya dalam bekerja   |  |
| Responden 10 | Iya, Karyawan Saya mematuhi perintah saya   |  |
| Responden 11 | Iya, semua Karyawan saya mematuhi perintah saya dalam bekerja.  |  |
| Responden 12 | Iya, Karyawan saya mengikuti semua instruksi pekerjaan namun juga ada sesekali tidak mengikuti perintah dalam bekerja |  |
| Responden 13 | Iya, Karyawan saya mematuhi dan mengikuti perintah dengan patuh   |  |
| Responden 14 | Iya, Karyawan saya mematuhi semua perintah yang saya berikan dalam bekerja  |  |
| Responden 15 | Iya, Semua Karyawan saya mematuhi perintah dalam melakukan pekerjaan  |  |

| 10. Apakah anda mempunyai pesaing? Apa yang anda lakukan untuk mengungguli - pesaing? |   | Kesimpulan  |
|---|---|---|
| Responden 1   | Ada, Dengan menjual masakan yang bervariasi/jarang ada dari pesaing lain.                                       | Dari ke 15 jawaban responden dapat peneliti simpulkan bahwapemilik rumah makan yang ada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman umumnya antar merekabersaing secaa sehat yaitu dengan cra meningkatkan mutu serta kualitas masakan mereka, tidak pernah aa konflik di antara mereka. |
| Responden 2   | Tentu ada, ya dengan cara menambah varian menu baru pada masakan  |   |
| Responden 3   | Punya, yaitu pesaing saya lumayan jauh jadi saya memberikan jasa layanan antar makanan gratis pada pembeli      |   |
| Responden 4   | Ada banyak, salah satunya pesaing yang berdekatan dengan saya.  |   |
| Responden 5   | Banyak sekali, saingan saya yaitu warung makan yang lain yang mana saya menjual lebih murah dari pada yang lain |   |
| Responden 6   | Ada, dengan menjual masakan yang jarang ada di daerah sini  |   |
| Responden 7   | Ada banyak , yaitu warung makan   |   |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| Responden 8  | <p>yang berada satu kawasn dengan saya, Saya menyediakan lebih banyak pada menu makanan</p> <p>Pasti ada, Seperti pesaing saya yang berada berhadapan dengan saya, dengan meningkatkan kualitas lokasi dan tambahan bentuk dekorasi bangunan pada rumah makan saya</p> |  |
| Responden 9  | <p>Ada, yaitu rumah makan yang lain, setidaknya saya meningkatkan kualitas layanan pada konsumen yang lebih baik agar menarik konsumen untuk berbelanja</p>  |  |
| Responden 10 | <p>Ya, Punya,saingan saya letaknya jauh dan saya memberikan layanan antar gratis pada pelanggan</p>  |  |
| Responden 11 | <p>Ya, tentu ada, pesaing disini bnyak,setidak saya meningkatkan rasa pada masakan dan menambah menu baru pada makanan</p>   |  |



|   |   |   |
|---|---|---|
| Responden 12  | Pasti Punya, saya memberikan rasa/menu baru pada makanan  |   |
| Responden 13  | Ya, Punya, salah satunya saingan yang bertetangga dengan saya, setidaknya saya menambah menu baru yang berbeda dari yang lain                   |   |
| Responden 14  | Ya, Ada banyak, pesaing yang ada itu banyak, dan saya lebih meningkatkan loyalitas pelayanan dan cipta menu baru yang berbeda                   |   |
| Responden 15  | Ya, tentu ada, pesaing saya seperti warung-warung kaki lima, dan saya lebih meningkatkan pelayan dan menambah varian menu makanan yang berbeda. |   |
| 11. Apakah anda mengambil keputusan sendiri? Apa contohnya? |   | Kesimpulan  |
| Responden 1   | Saya berunding dengan istri dalam mengatur keuangan.  | Dari ke 15 responden dapat peneliti simpulkan bahwa pada umumnya atau mayoritasnya setiap pemilik rumah makan mengambil keputusan |
| Responden 2   | Ya, contohnya dalam menentukan hari libur jualan  |   |
| Responden 3   | Ya, seperti dalam menentukan hari   |   |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 4 | <p>libur dan dalam membeli bahan mentah makan yang akan di olah</p> <p>Tidak, keseringan bertanya dan berunding dulu dengan suami dalam membeli barang bahan makanan</p> | <p>sendiri terhadap bisnisnya da nada beberapa dari pemilik rumah makan yang berunding atau membahas dengan keluarganya.</p> |
| Responden 5 | <p>Ya, setiap ada pembeli, saya yang menjual dikarenakan untuk porsinya saya yang tau</p>  |  |
| Responden 6 | <p>Ya, seperti menetapkan hari libur dan menghitung untung hasil dari penjual dan akan dibelikan lagi sesuai dengan bahan makanan yang kurang.</p>                       |  |
| Responden 7 | <p>Ya, seperti dalam menyajikan makanan atau porsi lebih sering saya, dikarenakan untuk takaran berbeda porsi saya yang tau</p>  |  |
| Responden 8 | <p>Ya, contohnya dalam memilih bahan makanan yang segar dan yang pantas dijual</p>   |  |
| Responden 9 | <p>Ya, Contohnya dalam pemilihan bahan daging segar dan sayur dan</p>  |  |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| Responden 10 | juga menentukan hari libur   |  |
| Responden 11 | Ya, contohnya dalam menentukan membuka dan menutup warung  |  |
| Responden 12 | Ya, keseringan dalam memilih bahan makanan yang akan di masak  |  |
| Responden 13 | Ya, Contohnya dalam menyajikan dan mengambilkan pembeli karna porsinya hanya saya yang lebih mengetahui              |  |
| Responden 14 | Ya, contohnya dalam menentukan dan menetapkan harga, karna saya yang mengetahui harga di pasaran                     |  |
| Responden 15 | Ya, contohnya dalam menambah dan mengurangi menu dalam makanan   |  |
|              | Ya, yaitu dalam menetapkan kapan buka dan hari libur untuk jualan dan juga menentukan porsi makanan yang akan dijual |  |

Sumber : Data Primer 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat kita lihat bahwa pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman memiliki motivasi kekuasaan yang tinggi, hal ini dapat di lihat dari jawaban ke 15 responden, dari lia pertanyaan yang di berikan oleh peneliti umunya para responden menjawab dengan jawaban yang hampir sama seperti, umumnya para responden bangga memiliki rumah makan dan para responden umumnya mengambil keputusan sendiri dalam hal bisnis atau rumah makannya serta setiap pegawai rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman mematuhi perintah atau instruksi dari atasannya atau pemilik rumah makan.

### 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 4.4**  
**Rekapitulasi Wawancara Kebutuhan Akan Afiliasi**

| 12. Bagaimana sikap Bapak/Ibuk dalam melayani pelanggan / konsumen? |   | Kesimpulan  |
|---|---|---|
| Responden 1   | Selalu senyum dan ramah dengan pembeli karena dapat menciptakan nama baik rumah makan sehingga pembeli dapat bertambah. | Dari ke 15 respnden peneliti dapat menyimpulkan bahwa setiap pemilik rumah makan yang ada di kecamatan tigo nagari umumnya bersikap sopan dan ramah kepada setiap pelanggannya karena sebagian besar menganggap pembeli adalah raja maka harus di perlakukan dengan baik. |
| Responden 2   | Sopan dan ramah, bertanya mau beli apa dengan nada yang sopan.  |   |
| Responden 3   | Saya selalu ramah dan tangkas dalam melayani pelanggan karena tanpa pembeli tidak ada pendapatan.                       |   |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
| Responden 4  | Saya selalu senyum kepada pelanggan karena bagi saya pelanggan adalah raja dan harus di perlakukan dengan baik. |  |
| Responden 5  | Saya selalu memperlakukan pelanggan dengan baik ramah dan tentu dengan senyuman agar mereka nyaman dengan saya. |  |
| Responden 6  | Ya baik, ramah, cepat, mengikuti permintaan pembeli karena pembeli adalah raja.                                 |  |
| Responden 7  | Biasanya kalau ada pembeli saya akan bertanya mau beli apa dengan ramah dan sopan.                              |  |
| Responden 8  | Seperti penjual pada umumnya saya akan bersikap sopan dan ramah kepada pembeli.                                 |  |
| Responden 9  | Ramah, sopan supaya pembeli mau membeli lagi.   |  |
| Responden 10 | Sopan ramah dan bertanya mau beli apa karena kalau pembeli nyaman dengan kita pasti mereka akan datang lagi.    |  |

|  |  |   |
|--|--|---|
| Responden 11   | Tentunya saya akan bersikap sopan dan ramah karena pembeli adalah raja.  |   |
| Responden 12   | Menyapa dengan nada sopan dan bertanya mau beli apa, karena jika pelayanan kita baik orang juga akan nyaman dengan kita. |   |
| Responden 13   | Saya akan menanyakan mau beli apa dengan sopan dengan di sertai senyuman.  |   |
| Responden 14   | Biasa saja, bertanya mau beli apa pada pembeli.  |   |
| Responden 15   | Seperti penjual pada umumnya mereka pasti akan ramah dan sopan kepada pembelinya.  |   |
| 13. Apakah Bapak/Ibuk menjalin persahabatan dengan konsumen, mitra, pesaing? Apakah ada perkumpulan antar sesama pemilik rumah makan/warung makan? |  | Kesimpulan  |
| Responden 1  | Saya banyak mengenal pembeli, pedagang, pesaing. Tidak ada perkumpulan seperti itu.                                      | Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan 15 responden bahwa setiap |
| Responden 2  |  |   |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 3 | <p>Ya saya bertemandengan beberapa pelanggan, mitra tetapi tidak bersahabat erat. Tidak ada perkumpulan tersebut.</p> <p>Iya saya banyak mengenal pemilik rumah makan seperti saya, saya juga bersahabat degan penjual ayam dan ikan langganan saya. Untuk perkumpulan tertentu tidak ada.</p> | <p>pemilik rumah makan memiliki hubungan baik dengan mitra kerjanya seperti penjual cabe, daging, ikan,sayur, dan dari ke 15 responden tidak ada yang memiliki perkumpulan tertentu.</p> |
| Responden 4 | <p>Ya saya mengenal dan berteman dengan pedagang ikan, ayam. Belum ada kelompok perkumpulan yang dimaksud.</p>   |  |
| Responden 5 | <p>Iya saya berteman dengan beberapa pelanggan, penjual daging langganan saya dan tidak ada pekumpulan yang khusus.</p>  |  |
| Responden 6 | <p>Saya banyak mengenal pembeli, pedagang, pesaing. Tidak ada perkumpulan seperti itu.</p>   |  |
| Responden 7 | <p>Saya mengenal banyak pelanggan dan saya berteman dengan mereka begitu juga dengan penjual daging,</p>   |  |

|              |   |  |
|--------------|---|--|
|              | ikan ayam langganan saya.   |  |
| Responden 8  | Hubungannya biasa-biasa saja. Belum pernah ada perkumpulan kelompok pemilik rumah makan di sini.  |  |
| Responden 9  | Iya saya berteman dengan beberapa pelanggan saya dan saya jug bertemn erat dengan penjual ayam ikan dan daging langganan saya. Untuk perkumpulan saya rs tidak ada. |  |
| Responden 10 | Iya saya beteman dengan beberapa pelanggan saya dan juga tukang sayur langganan saya.   |  |
| Responden 11 | Iya saya memiliki hubungan pertemanan yang baik dengan beberapa pelanggan saya dengan penjual daging, untuk perkumpulan seperti itu belum ada.                      |  |
| Responden 12 | Ya beberapa saya kenal. Belum pernah mendengar ada acara itu.   |  |
| Responden 13 | Iya saya berteman dengan penjual  |  |



|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>Responden 14</p> <p>Responden 15</p>   | <p>daging dan saya juga berteman dengan beberapa orang pemilik rumah makan, untuk perkumpulan seperti itu belum ada.</p> <p>Iya saya berteman dengan pemilik rumah makan yang lain, dan kami tidak pernah merasa bersaing dan saya juga berteman dengan beberapa pelanggan. Untuk perkumpuln semacam itu belum ada.</p> <p>Iya saya memiliki hubungan pertemanan yang baik dengan beberapa pelanggan saya dengan penjual daging, untuk perkumpulan seperti itu belum ada.</p> |  |
| <p>14. Bagaimana bapak/Ibuk berkomunikasi dengan pesaing? Apakah ada perselisihan dengan pesaing?</p> |   | <p>Kesimpulan</p>  |
| <p>Responden 1</p> <p>Responden 2</p>   | <p>Tidak pernah berhubungan dengan pesaing jadi tidak ada masalah dan perselisihan.</p> <p>Baik, tidak ada persaingan antara kami karna rezeki sudah ada yang mengaturnya.</p>  | <p>Dari ke 15 responden peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak ada persaingan di antara para pemilik rumah makan di kecamatan tigo nagari, mereka bersaing secara</p> |

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| Responden 3 | Komunikasi seperlunya saja. Tapi bukan berarti ada masalah karena rezeki tiap orang sudah diatur Tuhan.                | sehat dan mereka yakin kalau rezeki sudah ada yang mengaturnya. |
| Responden 4 | Konunikasi baik, sesama pemilik rumah makan kami malah berteman,karena kami percaya rezeki sudah ada yang mengaturnya. |   |
| Responden 5 | Baik-baik, jarang bertemu karena lokasi jauh, jadi jarang berselisih.  |   |
| Responden 6 | Komunikasi kami baik, kalau bertemu saling menyapa, tidak ada perselisihan.  |   |
| Responden 7 | Baik-baik saja kalau berselisih kami saling menyapa dan tidak ada perselisihan antara kami.                            |   |
| Responden 8 | Baik, karena rata-rata saya kenal, jadi tidak ada perselisihan.  |   |
| Responden 9 | Baik, bahkan saya berteman dengan  |   |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
|              | <p>beberapa orang pemilik rumah makan, tidak ada persaingan di antara kami.</p>  |  |
| Responden 10 | <p>Komunikasi kami baik, tidak ada persaingan karena kami yakin resekil masing-masing sudah ada.</p>   |  |
| Responden 11 | <p>Baik-baik saja, dan kami tidak pernah merasa bersaing.</p>  |  |
| Responden 12 | <p>Baik-baik, jarang bertemu karena lokasi jauh, jadi jarang berselisih.</p>   |  |
| Responden 13 | <p>Tidak pernah berhubungan dengan pesaing jadi tidak ada masalah dan perselisihan.</p>  |  |
| Responden 14 | <p>Jarang berbicara, tapi saya tidak bertengkar dengan pesaing. Saya bersaing secara sehat.</p>  |  |
| Responden 15 | <p>Komunikasi saya dengan pemilik rumah makan yang lain baik, dan saya juga berteman dengan beberapa orang pemilik rumah makan, dan tidak pernah ada persaingan dan perselisihan di antara kami, karena kami percaya</p> |  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | setiap orang memiliki rezeki masing-masing.  |  |
| 15. Apakah ada orang yang menitipkan jualan pada rumah makan Bapak/ ibuk? Contohnya? Apakah Bapak/Ibuk memiliki kerjasama dengan pedagang sayur/pedagang daging/pedagang es batu? |  | Kesimpulan   |
| Responden 1   | Ada, seperti pedagang kerupuk, iya saya bekerja sama dengan pedagang ayam dan ikan langganan saya.   | Dari ke 15 responden yang ada , peneliti dapat menyimpulkan bahwa umumnya dalam warung rumah makan tersebut memiliki jualan kerupuk yang dititp oleh penjual kerupuk itu sendiri dan juga pemilik rumah makan pada umumnya juga mempunyai langganan dalam pemenuhan kebutuhan bahan mentah seperti, Sayur. Daging. Ayam, dan ikan. |
| Responden 2   | Yang menitip jualan di tempat saya cuman penjual kerupuk saja, iya saya bekerja sama dengan penjual daging sapi langganan saya.                                      |  |
| Responden 3   | Ya ada, menitip gorengan dan juga ada langganan tempat orang-orang yang jual sayuran dan bahan mentah lainnya  |  |
| Responden 4   | Keseringan yang menitip jualan- jualan kerupuk, dan juga saya bekerja sama dengan beberapa pedagang daging sapi, ayam dan sayuran yang sudah menjadi langganan saya. |  |

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| Responden 5 | Ya ada, yang menitip jualan kerupuk dan untuk langgana beli bahan mentah juga ada pada penjual sayuran keliling setiap hari  |  |
| Responden 6 | Ya, ada yang menitip jualan gorengan, kerupuk, dan ada juga yang langganan saya dalam membeli barang mentah daging, sayuran dan ikan                                 |  |
| Responden 7 | Ya, ada yang menitip jualan kerupuk dan juga sekaligus menjadi langganan selain dari langganan ikan, sayur dan bahan mentah lainnya                                  |  |
| Responden 8 | Ada, yang menitip para bedagang kerupuk dan sekaligus sudah menjadi langganan  |  |
| Responden 9 | Iya ada, yang menitip pedagang kerupuk dan penjual pisang, Iya ada , Langganan saya dalam membeli sayuran , daging,dan ikan.<br><br>Ada, yaitu pedagang kerupuk yang |  |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| Responden 10 | menitipkan jualanya ke warung saya, dan langganan saya juga ada yaitu dalam membeli sayuran dan bahan mentah lain                            |  |
| Responden 11 | Ya, titipan keripik, kerupuk dan snack, ya saya mempunyai langganan dalam pemasok bahan sayur, daging dan ikan, kalau batu saya buat sendiri |  |
| Responden 12 | Tidak ada, kalau untuk langganan ada seperti langganan membeli kerupuk, sayur, dan daging.   |  |
| Responden 13 | Ada, seperti gorengan dan kerupuk, dan saya juga berlangganan dengan penjual cabe dan ikan laut.   |  |
| Responden 14 | Menitipkan dagangan si tidak ada, hanya saya berlangganan kerupuk, dan berlangganan daging sapi seta cabe dengan teman saya.                 |  |
| Responden 15 | Ada, menitipkan jualan kerupuk, keripik, dan buah-buahan seperti pisang, Ya ada seperti langganan  |  |

|  |                                 |  |
|--|---------------------------------|--|
|  | membeli sayuran, ayam, dan ikan |  |
|--|---------------------------------|--|

Sumber : Data primer 2021

Berdasarkan table 4.4 dapat kita lihat bahwa para responden atau para pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman memiliki motivasi akan afiliasi yang tinggi, ini dapat kita lihat dari jawaban responden terhadap 4 pertanyaan yang menyangkut tentang motivasi wirausaha akan afiliasi yang di ajukan oleh responden. Motivasi akan afiliasi yang tinggi dapat kita lihat dari ke 15 pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman umumnya memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan, dengan penjual daging, ayam ikan, cabe sayur, kerupuk dan lain sebagainya dan bahkan di antara mereka beberapa ada juga yang berteman.

#### **D. Rekapitulasi Hasil Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara dapat kita lihat bahwa umumnya setiap responden atau pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari kabupaten pasaman memiliki kebutuhan akan prestasi, kekuasaan dan afiliasi yang tinggi. Berkaitan dengan kebutuhan akan prestasi ini lumayan tinggi, 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.

Kebutuhan yang kedua yaitu kebutuhan akan kekuasaan, 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.

Yang ketiga yaitu Kebutuhan akan afiliasi ini memiliki nilai tinggi 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, dan lain-lain. Dengan berwirausaha, maka mereka dapat mengenal lebih banyak orang, menambah relasi dan teman.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara terhadap 15 orang responden pemilik rumah makan di Kecamatan Tigo nagari kabupaten Pasaman. Pemilihan Responden dengan menggunakan total sampling yaitu semua pemilik rumah makan yang berada di kecamatan tigo nagari menjadi responden.

Berdasarkan penelitian terkait identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di kecamatan tigo nagari Kabupaten Pasaman maka dapat di simpulkan bahwa : Motivasi wirausaha menurut teori Mc. Clelland pada rumah makan di kecamatan tigo nagari memiliki kategori tinggi pada ketiga kebutuhan yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, Kebutuhan akan afiliasi merupakan kebutuhan yang paling penting 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. Mayoritas wirausaha rumah makan di kecamatan tigo nagari 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.

## B. Saran

Setelah melakukan penelitian terkait identifikasi motivasi wirausaha dalam menjalankan usaha mikro kecil pada rumah makan di Kecamatan tigo nagari kabupaten Pasaman, 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 cara delivery 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](http://jateng.bps.go.id), diakses 23 September 2015.
- Buchari Alma. *Kewirausahawan*. Bandung; Alfabeta, 2011
- Princes, 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.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Malinda, Maya. 2002. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Seseorang Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Vol 1: hal 105-117.
- M. Trihudyatmanto. (2017a). PENGARUH EFIKASI DIRI (SELF EFFICACY) DAN INTENSI BERWIRAUSAHA TERHADAP SPIRIT TECHNOPRENEURSHIP. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 4 (2) Tahun 2017, 2(Mei), 12. Retrieved from <http://jurnalppkm.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/124>
- 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.
- Nawawi, Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gaja Mada University Press
- Pandiangan. 2014. *Mudahnya Menghitung Pajak UMKM*. Mitra Wacana Media : Malang

- 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.
- 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, S.P. 2012. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Indeks
- Subanar, Harimurti. 2009. *Manajemen usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Kewirausahaan Untuk Kesehatan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.