p-ISSN 1410-5659 e-ISSN 2621-5144
Published by Fakultas Peternakan UNPAD
Unpad Press
Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran, Desember 2022, 22(2):145-155
DOI: 10.24198/jit.v22i2.40544
Available online at http://jurnal.unpad.ac.id/jurnalilmuternak

Motivasi Usaha Pemilik Usaha dan Kelayakan Usaha Sate Klatak di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul

Muhammad Sayid Jabbar Surendra[1], Anie Eka Kusumastuti[1,a], dan Siti Azizah[1]
[1]*Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya*
[a]*email:* anieeka@ub.ac.id

Abstrak
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motivasi usaha dari pemilik usaha serta kelayakan usaha RM sate klatak yang berada di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul. Penelitian dilakukan pada bulan Mei - Juni 2021. Aspek motivasi usaha yang diamati dalam penelitian ini mengambil dasar dari teori Mc.Clelland mencakup kebutuhan berprestasi (*need of achievement*), kebutuhan berkuasa (*need of power*), dan kebutuhan afiliasi (*need of affiliation*). Aspek kelayakan usaha yang dihitung mencakup struktur biaya, penerimaan, pendapatan, BEP, R/C ratio. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dan survey. Data diambil dengan cara observasi langsung, wawancara menggunakan kuesioner terstruktur, dan dokumentasi. Dua orang *key informan*, yaitu pemilik usaha sate klatak Pak Pong dan sate klatak Kang Dayat dipilih sebagai sampel penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling.* Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan motivasi yang lebih dominan mendorong seseorang menjadi pemilik usaha sate klatak adalah kebutuhan berprestasi, yaitu faktor mencari nafkah dan adanya keinginan menjadi mandiri. Hal ini didukung oleh adanya lingkungan keluarga yang juga memiliki usaha serupa sehingga memudahkan dan menyukseskan mereka dalam melakukan usahanya. Hasil BEP harga, BEP produk, dan R/C ratio menunjukkan bahwa RM sate klatak Pak Pong maupun Kang Dayat menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.
Kata Kunci: Sate klatak, motivasi usaha, teori motivasi Mc.Clelland

Business Motivation of Klatak Satay Business Owners In Pleret District, Bantul Regency

Abstract
The research aimed were to determine the entrepreneurship motivation of klatak satay business owners as well as to analyze the feasibility of klatak satay business in Pleret District, Bantul Regency. The research was conducted from May to June 2021. The research method used was case study and survey method. Data were collected by using direct observation, in depth-interviews using structured questionnaire and documentation. Two key informants were used as a research sample which was chosen by purposive sampling method, namely Klatak satay Pak Pong and Klatak satay Kang Dayat. Data were analyzed by using economic analysis and descriptive analysis. The entrepreneurship motivation aspects analyzed in this study are based on motivational theory from Mc.Clelland that includes need of Achievement, need of Power, and need of Affiliation. The results revealed that the more dominant motivation that encourages people to be klatak satay business owners was need of Achievement aspect such as earning salary factors, and desire to be independent (autonomy). In addition, based on the BEP and R/C ratio calculation showed that klatak satay business in Pleret District, Bantul Regency is feasible and potentially to be developed.
Keywords: Klatak Satay, entrepreneurship motivation, Mc.Clelland motivation theory

PENDAHULUAN

Pada perkembangan bisnis saat ini, bisnis kuliner merupakan salah satu usaha dengan peluang pasar yang dinilai masih menjanjikan dan selalu memiliki permintaan cukup tinggi. Salah satu usaha yang justru tumbuh menjamur dan mempunyai prospek di era pandemi ini adalah usaha kuliner (*food and beverage*), khususnya berbagai olahan produk pangan dalam bentuk *frozen food* maupun usaha dalam kapasitas mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia, dimana lebih dari 80% perekonomian Indonesia ditopang oleh UMKM ini. UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga

kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan nasional.

Salah satu kuliner yang menjadi tujuan wisatawan ketika berkunjung ke Yogya adalah Sate Klatak, yaitu sate dari daging kambing muda (atau bisa menggunakan daging sapi muda) yang ditusuk dengan menggunakan jeruji sepeda sebagai tusuk satenya kemudian dibakar dan disajikan dengan menggunakan kuah gulai kambing. Sate klatak ini mempunyai keunikan atau kekhasan dibanding dengan sate kambing lainnya, dimana selain prosesnya dimasak menggunakan jeruji besi juga dengan minimalis bumbu, yaitu garam, merica, dan sedikit kecap, kemudian disajikan dengan kuah gulai kambing. Penggunaan jeruji besi membuat sate klatak cepat matang secara merata baik bagian dalam hingga bagian luarnya. Nama sate klatak muncul ketika proses pembakaran sate tersebut yang mengeluarkan bunyi "klatak-klatak" sehingga nama sate ini menjadi Sate Klatak. Asal sate klatak awalnya Sate khas Desa Wonokromo, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, Yogyakarta ini sangat populer di kalangan masyarakat. Salah satu wisata kuliner sate klatak yang cukup terkenal di Bantul adalah warung sate klatak Pak Pong

Banyaknya orang yang menggemari olahan sate klatak, menjadikan peluang usaha yang bagus dan menjanjikan sehingga saat ini semakin banyak pelaku usaha sate klatak yang bermunculan/menjamur di daerah Bantul, Yogyakarta. Motivasi merupakan suatu pendorong yang mengakibatkan atau mengarahkan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perbuatan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dimana dorongan tersebut dapat muncul karena adanya tujuan (*purposes*) dan kebutuhan (*needs*) (Mushofa, 2010; Mahesa & Rahardja, 2012). Lebih lanjut, Gultom & Agustine (2021) menyatakan bahwa motivasi berwirausaha adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi atau mendorong seseorang yang merupakan energi pada diri seseorang untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan teori Mc. Clelland, wirausaha yang mendirikan usaha memiliki faktor pemicu (*trigger*) diantaranya kebutuhan akan pencapaian (*need of achievement*) yaitu keinginan untuk menunjukkan prestasinya dengan cara mendirikan dan mengelola usaha sendiri sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, adanya keinginan untuk dapat meningkatkan taraf hidup tanpa terikat pekerjaan dengan orang lain, keinginan untuk dapat bekerja secara mandiri, berani mengambil risiko, menjadi wirausaha dapat dikatakan merupakan suatu pilihan bagi orang yang sulit mendapat pekerjaan dan bagi orang yang ingin berprestasi. Kebutuhan akan kekuasaan yaitu adanya keinginan kuat untuk memerintah (*need of power*), serta kebutuhan akan afiliasi (*need of affiliation*) yaitu adanya keinginan kuat untuk menjalin persahabatan/kerjasama dengan orang lain (Suryana, 2014). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis motivasi usaha pemilik usaha dan kelayakan usaha Sate Klatak (meliputi struktur biaya, penerimaan, pendapatan, BEP, R/C ratio) di Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan (RM) Sate Klatak Pak Pong dan Kang Dayat yang berlokasi di Desa Wonokromo, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul selama kurang lebih satu bulan pada bulan Mei - Juni 2021. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa RM tersebut merupakan salah satu RM yang terkenal di daerah Bantul. Pemilihan RM sate klatak Pak Pong sebagai berdasarkan pertimbangan merupakan salah satu RM sate klatak yang besar (mempunyai 2 cabang), cukup terkenal (pernah muncul di film AADC), dan sudah lama menjalankan bisnis usaha sate klatak (lebih dari 20 tahun), sedangkan RM Kang Dayat dipilih dengan pertimbangan sebagai salah satu RM yang masih relative baru merintis usahanya (kurang dari 5 tahun). Sehingga disini peneliti ingin melihat motivasi dari dua pelaku bisnis yang lama usahanya berbeda.

Metode penelitian

Metode penelitian menggunakan metode *case study* (studi kasus) dan survey secara langsung ke lapang dengan menggunakan *in depth-interview* dengan alat bantu kuesioner sebagai instrument utama pengambilan data primer (Sugiyono, 2007). Studi kasus merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus atau fenomena khusus yang terjadi pada objek analisis (Burhan, 2017).

Metode Penentuan *key informant*

Key informant ditentukan secara *purposive* (sengaja) berdasarkan pertimbangan bahwa subyek menguasai permasalahan dan paham kondisi terkini, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat (Sugiyono, 2007). Pak Pong dipilih untuk mewakili sebagai pelaku usaha bisnis sate klatak yang sudah lama berusaha (lebih dari 20 tahun) dan mempunyai *'brand image'* yang cukup terkenal di Bantul, sedangkan Kang Dayat dipilih untuk mewakili salah satu pelaku bisnis yang relative baru merintis usaha sate klatak di Bantul (kurang dari 5 tahun). Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi partisipasi, wawancara secara mendalam menggunakan kuesioner terbuka (*indepth-interview*), serta dokumentasi. Pengumpulan data sekunder dilakukan dari studi pustaka dari berbagai literatur/ jurnal/artikel ilmiah, catatan keuangan pemilik usaha, data monografi Kabupaten Bantul, serta dari Dinas Peternakan/instansi terkait.

Analisis Data

Data yang diperoleh diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda untuk menggali data yang sejenis. Yaitu apa yang diperoleh dari sumber yang satu bisa diuji bila dibandingkan dengan data sejenis yang diperoleh dari sumber lain yang berbeda. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan teori Miles *et al*. (2014), melalui beberapa tahapan sebagai berikut: 1). Reduksi data (*reduction data*), 2). Penyajian/display data (*data display*), 3). verifikasi/penarikan kesimpulan (*conclusions*) (Gambar 1).

Selanjutnya, analisis kelayakan usaha RM sate klatak dianalisis dengan menggunakan analisis ekonomi, menggunakan perhitungan sebagai berikut:

a. Perhitungan biaya produksi

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:
TC = *total cost* (total biaya produksi)
TFC = *total fixed cost* (total biaya tetap)
TVC = *total variable cost* (total biaya tidak tetap)

b. Perhitungan penerimaan, diperoleh dari suatu proses produksi dengan mengkalikan jumlah hasil produksi dengan harga produksi yang berlaku pada saat itu (Rp/bulan)

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:
TR = *total revenue* atau total penerimaan (Rp/bulan)
P = *price of quality* atau harga satuan (Rp/unit)
Q = *quality* atau jumlah menu terjual (porsi/bulan)

c. Perhitungan pendapatan (keuntungan)

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:
π = Keuntungan (Rp/bulan)
TR = *Total Revenue* atau total penerimaan (Rp/bulan)
TC = *Total Cost* atau biaya total (Rp/bulan)

d. Perhitungan Break Event Point (BEP)

BEP Produk = *Total Cost*/ *Price*
BEP Harga = *Total Cost*/ *Quantity*

e. Perhitungan Revenue-cost ratio (R/C ratio)

$$R/C\ ratio = TR/TC$$

Keterangan:
R/C ratio = perbandingan total penerimaan dengan total biaya
TR = *Total Revenue* atau total penerimaan (Rp/bulan)
TC = *Total Cost* atau biaya total (Rp/bulan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Usaha Sate Klatak

Sate klatak merupakan makanan olahan berbahan dasar daging kambing khas daerah Wonokromo, Pleret, Bantul. Sate klatak terkenal karena cara memasaknya yang unik, yaitu dengan menggunakan jeruji besi sebagai tusuk sate. Dengan jeruji besi, panas yang terhantar ke daging sate sehingga dapat maksimal dan menghasilkan daging yang matang merata serta empuk. Selain itu, sebelum dipanggang sate diberi siraman kemiri, bawang putih dan garam yang diuleg sebagai bumbunya. Umumnya, sate klatak menggunakan daging kambing muda yang berusia kurang lebih satu tahun, sehingga dagingnya relatif lebih empuk. Sate klatak juga disajikan dengan kuah gulai atau tongseng bukan bumbu kacang seperti sate pada umumnya (Gambar 2).

Ide awal berjualan sate kambing adalah memanfaatkan potensi daerah yaitu ternak kambing, dimana masyarakat Jejeran, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul banyak yang menjadi peternak kambing. Namun menurut data yang dikeluarkan oleh Dinas Pertanian Pangan Kelautan dan Perikanan Kabupaten Bantul (2020), Kecamatan Pleret hanya menduduki posisi 9 dari 18 kecamatan dengan total populasi 4.058 ekor (Tabel 1).

Profil Pemillik Usaha Sate Klatak

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa pemilik warung sate klatak Pak Pong bernama Zakiron yang berusia 45 tahun, dengan riwayat

pendidikan terakhir SMP, merupakan usaha yang dirintis sejak tahun 1997 dan sudah berjalan selama 24 tahun dengan total karyawan saat ini sebanyak 130 orang, dengan omzet rata-rata sekitar 1,5 M per bulan. Usaha sate klatak Pak Pong merupakan salah satu pionir usaha sate klatak di daerah Bantul (Gambar 3).

Sedangkan pemilik warung sate klatak Kang Dayat bernama asli Nurhidayat berusia 29 tahun, dengan tingkat pendidikan formal terakhir adalah lulusan SD, sudah berjualan sejak tahun 2017 (4 tahun). Saat ini memiliki dua orang karyawan dengan omzet penjualan rata-rata per bulan sebesar 60 juta (Gambar 4).

Motivasi usaha sate klatak

Menurut Mushofa (2010), motivasi merupakan suatu pendorong yang mengakibatkan seseorang melakukan suatu tindakan, dimana dorongan tersebut dapat muncul karena adanya tujuan dan kebutuhan. Motivasi juga bisa diartikan sebagai kesediaan untuk melakukan sesuatu, dan terdapat motif di dalam motivasi, dimana motif merupakan kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls (Ramadian *et al.*, 2015).

Menurut Teori Motivasi *Mc.Clelland*, setiap individu memiliki dorongan yang kuat untuk berhasil. Dorongan ini mengarahkan individu untuk berjuang atau berusaha lebih keras untuk memperoleh suatu pencapaian pribadi daripada memperoleh penghargaan, Hal inilah yang kemudian menyebabkan individu tersebut melakukan sesuatu yang lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Ada 3 (tiga) tingkatan kebutuhan motivasi menurut Teori Mc.Clelland yaitu:

1. **Kebutuhan berprestasi (*need of achievement*)**

   Hasil penelitian mengenai faktor motivasi usaha sate klatak dapat diketahui bahwa bagaimana motivasi usaha pemilik warung sate klatak di wilayah Kecamatan Pleret, dilihat dari indikator kebutuhan berprestasi menurut teori Mc.Clelland yang menggambarkan hal-hal apa saja yang memotivasi pemilik usaha membuka usaha dilihat dari alasan ekonomi dan alasan pemenuhan diri.

   Adanya kebutuhan dan tuntutan intrinsik, membuat Nurhidayat dan Zakiron mulai membuka usaha sate klatak sendiri. Sebelum menjalankan usaha sendiri, awalnya Zakiron dan Nurhidayat merupakan karyawan di warung klatak milik keluarga mereka. Bahkan, Nurhidayat juga sempat bekerja sebagai juru masak di warung milik Zakiron. Melihat potensi diri yang dirasa sudah memiliki keahlian dan mempunyai pengalaman di bidang ini, serta keinginan mereka untuk dapat bekerja mandiri, keduanya kemudian memutuskan untuk membuka usaha sate klatak mereka sendiri. Zakiron (45 tahun) pemilik sate klatak Pak Pong, mengungkapkan:

   "Karena saya sudah sedikt banyak mengerti, semua orang yo pengennya kan mandiri tho mas?, karena mungkin ya terbentur kebutuhan, udah berkeluarga, jadinya ya buka sendiri, ingin merintis sendiri. Soalnya dulu ikut simbah, terus sama simbah saya juga sudah disuruh buka sendiri" (Wawancara, 5 Mei 2021).

   Menurut Daryanto (2012) seseorang yang termotivasi untuk menjalankan usaha akan dipengaruhi oleh motif ingin berprestasi, yaitu suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai kepuasan pribadi dengan faktor dasar adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Menurut Gray *et al.*, (2016), faktor internal yang dapat memotivasi terdiri dari kebutuhan akan prestasi (*need for achievement*) menjadi penting dalam diri seorang wirausahawan. Menurut Mc.Clelland, seseorang yang memiliki kebutuhan tinggi untuk berhasil akan melakukan sesuatu yang lebih efisien dibanding sebelumnya serta menunjukkan perilaku dengan standart excellent (Buchari, 2009).

   Selain adanya faktor internal terdapat pula faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi wirausaha, salah satunya adalah faktor *family background as role models for entrepreneurship*, yaitu keluarga sebagai pendukung atau penyebab seseorang termotivasi menjadi wirausaha. Segal *et al*., (2005) juga menyatakan bahwa keberhasilan diri dan keinginan untuk merasakan kebebasan mempengaruhi minat berwirausaha seseorang.

   Bagi wirausahawan membuka usaha sendiri tentunya mengharapkan penghidupan layak serta memenuhi nafkah harian untuk dirinya sendiri dari hasil usahanya. Seseorang akan melakukan kegiatan usaha karena didorong untuk mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-

hari dan memenuhi rasa aman atas sumberdaya dan kekayaan yang dimilikinya (Indriyatni, 2013; Koo, 2016). Saat ini usaha sate klatak yang dibangun sudah terlihat hasilnya. Warung sate klatak Pak Pong (Zakiron) rata-rata beromzet Rp 40.000.000,- hingga Rp 50.000.000,- per hari, sementara sate klatak Kang Dayat (Nurhidayat) beromzet Rp 2.000.000 hingga Rp 2.500.000 per hari.

Dari hasil usaha tersebut, kini usaha Pak Pong sudah memiliki 3 (tiga) cabang yang letaknya masih berada di sekitar wilayah Wonokromo, Kecamatan Pleret, menyekolahkan anak-anaknya hingga jenjang perguruan tinggi serta dapat memberangkatkan ibunya untuk menunaikan ibadah haji. Demikian halnya dengan usaha warung sate klatak Nurhidayat (Kang Dayat), lokasi semakin besar, usaha yang dibangunnya juga mampu menjadi sumber pendapatan utama keluarga (yaitu mampu menjamin keberlangsungan kebutuhan hidup sehari-hari keluarganya), dan mampu memberikan kepuasan untuk bisa membeli kendaraan pribadi.

"Sehari-hari duit jualan saya putar untuk modal harian sama buat bayar kebutuhan rumah. Semuanya masih nutup, ndak sampai harus ngutang soalnya dari warung hasilnya ya lumayan juga. Waktu awal-awal usaha duitnya tak pake buat biaya nikahan. Kalau sekarang saya sudah punya motor dan mobil sendiri. Sudah bisa benerin rumah sama warung juga" (Wawancara, 20 Mei 2021)

Moorhead and Griffin (2013) menjelaskan bahwa menurut Alderfer dalam teori motivasi ERG, kebutuhan eksistensi (*existence*), adalah kebutuhan dasar agar manusia dapat bertahan hidup. Sedangkan dalam teori hierarki kebutuhan Maslow meliputi kebutuhan fisiologis dan kebutuhan perlindungan serta mendapatkan rasa aman. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Benzing and Chu (2009) dalam studi mereka menemukan empat jenis motivasi beriwirausaha, salah satunya adanya penghargaan ekstrinsik (*extrinsic rewards*), merupakan alasan ekonomi, yaitu keinginan seseorang untuk memperoleh pendapatan atau uang dalam jumlah yang lebih dibandingkan pendapatan yang diterima dari pekerjaan yang selama ini atau sudah dijalani sebelumnya. Sejalan, Ariyanti & Mora (2019) menjelaskan bahwa dengan berwirausaha seseorang akan termotivasi memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba (*profit*), kebebasan (*freedom*), impian personal yang mungkin menjadi kenyataan, dan kemandirian (*independent*) di samping memiliki peluang pengembangan usaha serta peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri.

Seperti data di Tabel 1, bahwa tingkat pendidikan formal terakhir yang ditempuh pemilik usaha sate klatak relative rendah. Zakiron (Pak Pong) hanya mengenyam pendidikan formal hingga bangku SMP saja, sedangkan Nurhidayat (Kang Dayat) hanya lulusan SD. Kondisi ini menjadi salah satu *trigger* atau pemicu agar mereka mencari kemampuan (*skill*) lain yang mampu merubah hidupnya, dalam hal ini adalah kemampuan memasak dan berjualan sate klatak agar nantinya mereka dapat membuka usaha sate klatak sendiri. Seperti penjelasan Pak Pong berikut ini:

"Saya sekolah cuma sampai SMP, SMA ndak lulus, terus ikut jualan sama simbah, dari umur 10 tahun udah ikut simbah jualan, awalnya cuma bantu-bantu, terus umur 15 tahun gitu mulai disuruh masak sama simbah, jadi ya kemampuan saya di sate klatak udah lumayan banyaklah intinya" (Wawancara, 5 Mei 2021).

Menurut Gray *et al.* (2016), adanya faktor f*ormal education and work experience*, yaitu pendidikan formal yang didapat dan atau pengalaman kerja sebelumnya yang mungkin kurang memuaskan bagi individu dan mendorongnya untuk berwirausaha. Menurut teori motivasi Mc.Clelland, hal yang mendorong seorang wirausaha melakukan kegiatan usaha bukanlah harapan hanya untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi orang yang memiliki keinginan untuk berprestasi yang membutuhkan perangsang berupa uang (finansial/material) agar dapat bekerja lebih baik lagi. Kebutuhan berprestasi juga mendorong individu untuk menghasilkan yang terbaik (Ardiyanti & Mora, 2019)

2. Kebutuhan akan kekuasaan (*need of power*)

Kebutuhan kekuasaan menurut teori Mc.Clelland yang dilihat dari alasan pelayanan (*service*), beberapa faktornya

adalah untuk memberi pekerjaan pada masyarakat dan untuk membantu ekonomi masyarakat. Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa usaha sate klatak Kang Dayat (Nurhidayat) memiliki 2 (dua) orang karyawan yang merupakan kerabat dekat, yakni keponakan sendiri yang tinggalnya tidak jauh dari warung Kang Dayat. Sedangkan, sate klatak Pak Pong (Zakiron) memiliki 130 orang karyawan atau mampu memberikan peluang kerja kepada masyarakat disekitar lokasi usaha dengan rata-rata gaji berkisar antara Rp 70.000,- hingga Rp 100.000,- per hari per orang. Namun, tidak seluruh karyawan sate klatak Pak Pong berasal dari sekitar daerah Pleret, Bantul. Alasannya sebagai berikut:

"Tidak banyak, nek saya ngambil karyawan itu ndak bisa dari sekitar sini saja. Karena kalau di lingkungan sekitar warung sedang ada hajatan, otomatis warga sekitar juga datang. Warung jadi ndak produktif karena itu. Mulai dari 2009 ketika pindah lokasi ke yang lebih besar, kita juga buka lowongan lewat koran." (Wawancara, 5 Mei 2021)

Berdasarkan teori Mc. Clelland menurut Suryana (2014) kebutuhan akan kekuasaan yaitu adanya keinginan kuat untuk memerintah, mempunyai pengaruh terhadap orang lain, dan mengendalikan individu lain. Wirausahawan yang termotivasi oleh kekuasaan menginginkan pandangan dan ide-ide mereka dilaksanakan, dan keinginan untuk memimpin. Hal ini terlihat diantaranya dari adanya keputusan penetapan jam buka tutup warung, penentuan gaji karyawan, serta total pengeluaran untuk modal harian.

"Saya memutuskan semua keputusan usaha sendiri, paling hanya dibantu istri sedikit, contohnya menentukan kapan warung unutk libur atau buka saat musim liburan, dan berapa gaji untuk karyawan." (Wawancara Kang Dayat, 20 Mei 2021)

3.* Kebutuhan akan afiliasi *(need of affiliation)

Wirausahawan harus mempunyai kebutuhan berafiliasi yang ditandai dengan memiliki motif yang tinggi untuk persahabatan atau pertemanan, lebih menyukai situasi kooperatif (dibandingkan kompetitif), dan menginginkan hubungan-hubungan yang melibatkan tingkat pengertian mutual yang tinggi.

Menurut Teori ERG, tepatnya berkaitan dengan kebutuhan *relatedness* yaitu kebutuhan kebersamaan dan penghargaan. Kebutuhan tersebut, dalam teori hirarki kebutuhan Maslow meliputi kebutuhan akan persahabatan dan diterima secara sosial. Hal ini sama dengan penjelasan Kang Dayat (Nurhidayat) berikut:

"Dengan yang pedagang lain itu semua baik-baik saja, soalnya masih banyak yang punya hubungan darah, jadi ada pekewuh-nya kalau ada masalah satu sama lain. Kalau ke pembeli sebisa mungkin ramah, kadang kan saya juga sibuk memasak, nanti yang melayani pesanan pelanggan itu karyawan, tapi kalau sudah dengan langganan langsung ke saya saja, disambi mengobrol juga biasanya" (Wawancara, 20 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan*, diketahui bahwa pemilik usaha sate klatak di daerah Wonokromo, Kecamatan Pleret, masih banyak yang memiliki hubungan darah atau saling mengenal dekat satu sama lain. Semua tidak menyukai adanya perselisihan dengan siapa saja termasuk dengan pesaing (kompetitor) dan lebih memilih bersaing secara sehat. Kondisi hubungan yang ada di antara pemilik usaha sate klatak dapat dikatakan baik, meskipun tidak ada organisasi atau perkumpulan, karena adanya hubungan keluarga diantara pemilik usaha sate klatak. Nurhidayat menjelaskan bahwa dirinya tidak melihat adanya pengaruh status sosial yang lebih tinggi, tetapi tetap merasa bangga karena mempunyai usaha sendiri seperti penjelasan berikut:

"*Tidak ada, karena keluarga saya juga rata-rata punya usaha sendiri juga, jadi tidak membeda-bedakan. Meskipun karyawan saya hanya ada 2 orang, tapi saya tetap bangga dengan usaha saya, karena sudah bisa membayar gaji orang*" (Wawancara, 20 Mei 2021)

Suryana (2014) menjelaskan bahwa kebutuhan Afiliasi dilihat dari alasan sosial yaitu untuk memperoleh status, serta untuk dapat dikenal, diakui di kalangan masyarakat dan dihormati. Membuka usaha sendiri dapat menaikkan status sosial di masyarakat atau dapat dikenal lebih luas oleh orang banyak. Menurut Steinhoff dan Burgess dalam Suryana (2014) bahwa ada

motif keinginan untuk mendapatkan *prestise* dan kebanggaan dengan menjadi pemilik usaha sendiri. Sejalan, Benzing & Chu (2009) dalam studi mereka menjelaskan bahwa ada empat jenis motivasi berwirausaha, salah satunya adalah motivasi karena adanya penghargaan intrinsik (*intrinsic rewards*), yaitu berkaitan dengan pemenuhan diri dan pertumbuhan diri seseorang

Segal *et al.* (2005) dalam Koesworo *et al.* (2007) menjelaskan bahwa indikator motivasi berwirausaha mencakup beberapa hal diantaranya: 1). Tiap orang dihadapkan pada suatu pilihan dimana seseorang tersebut nantinya bekerja untuk diri sendiri atau orang lain. 2). Penilaian pada diri seseorang apakah dirinya terampil dan memiliki pengetahuan yang luas menjadi seorang wirausaha, serta 3). Adanya kesiapan seseorang untuk menghadapi resiko (*risk*) yang terjadi nanti ketika berwirausaha dan kemampuan menanggung resikonya.

Kelayakan Usaha Sate Klatak

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa komponen biaya yang paling besar adalah pengadaan raw material yaitu pembelian daging kambing (68,9 % – 69,7 %), diikuti dengan biaya tenaga kerja (9,3% – 25,46%). Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap produk berbeda meskipun bahan baku utama yang digunakan sama. Besarnya biaya yang dikeluarkan tergantung dari jumlah penggunaan sumberdaya pada proses produksi yang dilakukan. Chandra *et al.* (2013) menyatakan bahwa biaya produksi adalah semua komponen pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh produsen untuk menghasilkan *output.* Sedangkan total penerimaan (*total revenue*) masing-masing RM Sate Klatak dapat dilihat pada Tabel 4. dimana penerimaan terbesar yang didapatkan sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat berasal dari penjualan makanan, masing-masing sebesar 89,56% dan 89,30%. Harga jual menu makanan sate klatak di Pak Pong berkisar Rp20.000,- sampai dengan Rp32.000,- per porisnya, sedangkan di RM sate klatak Kang Dayat berkisar Rp15.000,- sampai dengan Rp27.000,- per porsinya. Besar kecilnya suatu penerimaan tergantung pada jumlah produk yang diproduksi. Semakin tinggi produksi maka akan semakin banyak penerimaan yang didapat.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui juga total pendapatan atau keuntungan yang dapat diperoleh oleh masing-masing RM Sate Klatak yang nilainya cukup besar yaitu Rp857.079.952,00/bulan (RM Sate Klatak Pak Pong) dan Rp15.107.916,67/bulan (RM Sate Klatak Kang Dayat). Harnanto (2012) menjelaskan bahwa pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dari hasil produksi dengan biaya yang telah dikeluarkan. Terlihat bahwa besarnya pendapatan ini sangat bergantung pada skala usaha, serta pemasaran dari hasil produksi produk yang dijual.

***Break Event Point* (*BEP*)**

Analisis BEP merupakan suatu analisis titik impas dimana sebuah usaha dalam keadaan tidak untung maupun tidak rugi. Analisis BEP digunakan untuk mengetahui pada volume produksi, volume penjualan, serta harga jual. BEP juga dapat mengetahui berapa nilai titik tengah suatu perusahaan yang mana tidak untung atau rugi, apabila suatu perusahaan menjual produk lebih dari angka titik tengah/titik impas tersebut maka perusahaan tersebut dapat dikatakan untung. Perhitungan BEP usaha RM sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat pada bulan Mei 2021 seperti disajikan pada Tabel 5.

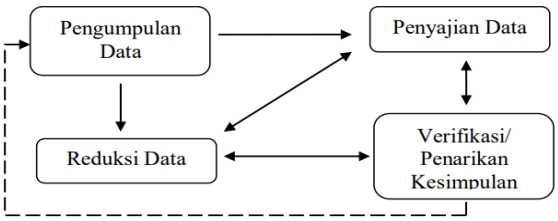
Berdasarkan data Tabel 5, total produksi usaha RM sate klatak Pak Pong bulan Mei 2021 mencapai 58.500 porsi dengan harga jual per porsi sebesar Rp27.000,-. Menurut hasil penelitian, RM sate klatak Pak Pong mengalami titik impas jika BEP produksi yang dihasilkan 48.423 porsi dengan BEP harga Rp22.350,-. Sedangkan total produksi RM sate klatak Kang Dayat sebanyak 2.100 porsi dengan harga jual per porsi sebesar Rp22.000,-. Usaha RM sate klatak Kang Dayat mengalami titik impas jika BEP produksi yang dihasilkan 1.986 porsi dengan BEP harga Rp 20.805. Hal ini jelas berarti bahwa kedua usaha RM sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat mengalami keuntungan karena BEP produk < jumlah produksi dan BEP harga < harga jual produk.

***Revenue-Cost Ratio* (R/C *Ratio*)**

Pendapatan usaha yang besar tidak selalu mencerminkan tingkat efisiensi usaha yang tinggi. Guna mengetahui efisiensi usaha tersebut dapat digunakan analisis R/C *ratio.* Perhitungan R/C *ratio* bertujuan untuk mengukur efisiensi *input* yang

dialokasikan/digunakan untuk menghasilkan *output* dengan menghitung perbandingan antara total penerimaan (TR) dengan total biaya (TC). Semakin besar nilai R/C semakin besar pula keuntungan dari usaha tersebut Berikut merupakan tabel perhitungan R/C *ratio* pada usaha RM sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat pada bulan Mei 2021 (Tabel 6).

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R/C *ratio* usaha RM sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat masing-masing sebesar 1,65 dan 1,35 (Tabel 6). Nilai R/C *ratio* > 1, mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. Suatu usaha dapat dinyatakan layak atau masih dalam tingkat efisiensi apabila nilai R/C *ratio* lebih dari satu yang artinya nilai penerimaan sama lebih besar dari total biaya, maka semakin besar nilai R/C *ratio* maka semakin besar pula tingkat efisiensi suatu perusahaan (Soekartawi, 2002).



Gambar 1. Model Analisis data Miles *et al*. (2014).

Gambar 3. RM. sate klatak Pak Pong

Gambar 2. Menu Sate Klatak

Gambar 4. RM. Sate klatak Kang Dayat

Tabel 1. **Populasi ternak kambing di Kabupaten Bantul berdasarkan kecamatan tahun 2020**

No	Kecamatan	Populasi ternak kambing (ekor)
1	Dlingo	19.077
2	Imogiri	16.034
3	Piyungan	7.587
4	Pundong	5.673
5	Pajangan	5.500
6	Bantul	5.430
7	Pandak	4.571
8	Pleret	4.058
9	Bambanglipuro	3.956
10	Jetis	3.862
11	Banguntapan	3.131
12	Kasihan	3.082
13	Sewon	3.074
14	Sedayu	2.848
15	Kretek	2.796
16	Srandakan	2.711
17	Sanden	1.714
	Total	95.104

Sumber: Dinas Pertanian Pangan dan Kelautan Kabupaten Bantul (2020).

Tabel 2. Profil pemilik usaha sate klatak

Nama Pemilik	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Lokasi Usaha	Lama Usaha (Tahun)	Jumlah Karyawan (Orang)	Rata-rata omzet per bulan (Rp/bln)
Zakiron (Pak Pong)	45	SMP	Jl. Imogiri Timur Km.10, Wonokromo, Pleret, Bantul	24	130	1.500.000.000
Nurhidayat (Kang Dayat)	29	SD	Jl. Imogiri Timur Km.10, Wonokromo, Pleret, Bantul	4	2	60.000.000

Sumber: Data primer diolah (2021)

Tabel 3. Biaya produksi RM Sate Klatak Pak Pong dan Kang Dayat

Komponen	Nilai (Rp/Bulan)			
	Pak Pong	Kang Dayat	%	%
Biaya Tetap				
Penyusutan Gedung Warung	664.048	145.833		
Penyusutan Kendaraan	625.000	468.750		
Penyusutan Peralatan	766.000	62.500		
Total Biaya Tetap (TFC)	2.055.048	677.083		
Biaya Variabel				
Pemeliharaan Gedung Warung	415.000	25.000		
Daging Kambing	900.000.000	30.000.000	68,9	69,7
Beras	30.000.000	2.250.000	2,29	5,15
Bahan Masak	36.000.000	6.000.000	2,75	13,7
Anglo	300.000	40.000		
Tenaga Kerja	332.400.000	4.000.000	25,46	9,3
Listrik	4.000.000	300.000	0,31	0,69
Transportasi	400.000	50.000		
Packaging	1.500.000	50.000		
Internet	350.000	300.000		
Total Biaya Variabel (TVC)	1.305.365.000	43.015.000		
Total Biaya (TC)	1.307.420.048	43.692.083		

Sumber: data primer diolah (2021)

Tabel 4. Penerimaan RM Sate Klatak Pak Pong dan Kang Dayat selama bulan Mei 2021

Jenis Penerimaan	Pak Pong		Kang Dayat	
	Nilai (Rp/Bulan)	Persentase (%)	Nilai (Rp/Bulan)	Persentase (%)
Penjualan Makanan	1.938.600.000	89,56	52.590.000	89,30
Penjualan Minuman	225.900.000	10,44	6.300.000	10,70
Total Penerimaan (TR)	2.164.500.000	100,00	58.890.000	100,00
Total Pendapatan (TR-TC)	857.079.952,00		15.107.916,67	

Sumber: data primer diolah (2021)

Tabel 5. Nilai BEP unit dan BEP harga sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat bulan Mei 2021

Komponen	Jumlah	
	Pak Pong	Kang Dayat
Total Biaya Produksi (Rp.)	1.307.420.048,00	43.692.083,33
Total Produksi (Porsi)	58.500,00	2.100,00
Harga Satuan (Rp.)	27.000,00	22.000,00
BEP Produksi (Porsi)	48.422,96	1.986,00
BEP Harga (Rp)	22.349,06	20.805,75

Sumber: data primer diolah (2021)

Tabel 6. Nilai R/C ratio usaha RM Sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat

Komponen	Nilai (Rp/Bulan)	
	Pak Pong	Kang Dayat
Total Penerimaan (TR)	2.164.500.000,00	58.800.000,00
Total Biaya Produksi (TC)	1.307.420.048,00	43.692.083,33
R/C *Ratio*	1,65	1,35

Sumber: data primer

KESIMPULAN

Pemilik usaha sate klatak Pak Pong dan Kang Dayat memiliki motivasi usaha yang kuat dalam berusaha, dimana kebutuhan untuk berprestasi *(need of achievement)* menjadi kebutuhan yang paling memotivasi pemilik usaha sate klatak di Kecamatan Pleret untuk berwirausaha, diikuti dengan kebutuhan afiliasi *(need of affiliation)* dan kebutuhan untuk mendapatkan kekuasaan *(need of power).* Nilai BEP harga dan BEP unit di RM sate klatak Pak Pong masing-masing sebesar Rp22.350,-/porsi dan 48.423 porsi, dengan nilai R/C *ratio* sebesar 1,65. Sedangkan BEP harga dan BEP produk di RM sate klatak Kang Dayat sebesar Rp20.805,-/porsi dan 1.986 porsi, dengan nilai R/C *ratio* adalah 1,35. Usaha RM sate klatak di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul berada posisi yang menguntungkan, potensial serta layak untuk dikembangkan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Zakirun dan Nurhidayat selaku pemilik usaha RM Sate Klatak Pong dan RM Sate Klatak Kang Dayat yang telah memfasilitasi dan bersedia untuk dijadikan narasumber dari penelitian ini sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, D.A. & Mora, Z. (2019). Pengaruh minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *10*(2), 168-178.

Benzing, C. & Chu, H.M. (2009). A comparison of the motivations of small business owners in Africa. *Journal Small Business and Enterprise Development*, *16*(1), 60-77.

Buchari, A. (2009). *Kewirausahaan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitati: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.

Candra, S., Utami, H.D., & Hartono, B. (2013). Analisa Ekonomi Usaha Ayam Petelur CV. Santosa Farm di Desa Kerjen Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya. Malang

Gray, K.R., Foster, H. & Howard, M. (2006). Motivations of moroccans to be entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, *11*(04): 297-318.

Gultom, P. & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 7(1): 52-65.

Harnanto, B. (2012). *Akuntansi Biaya Perhitungan Harga Pokok Produk*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.

Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi Pada Usaha Kecil di Semarang Barat). *Jurnal STIE Semarang*, *5*(1): 1-14.

Koesworo, Y., Siprianus, S.S., & Nugraheni, B.D. (2016). Motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa aplikasi teori of planned behavior. *Ekuitas*, *11*(2): 269-291.

Koo, Y.Y.W. (2016). Identifikasi Motivasi Wirausaha Dalam Menjalankan Usaha Mikro Kecil Menurut Teori Mc. Clelland (Studi Kasus Pada Rumah Makan di Perumahan Genuk Indah Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Semarang.

Mahesa, A.D. & Rahardja, E. (2012). Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha. *Diponegoro Journal of Management*, *1*(4): 130-137.

Miles, M.B., Huberman, A.M. & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook and The Coding Manual for Qualitative Researchers*. 3th ed. USA: Sage Publications.

Moorhead, G. & Griffin, R.W. (2013). *Perilaku Organisasi edisi Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Mushofa, A. (2010). Perbedaan Motivasi Berwirausaha Antara Siswa SMK dan SMA di Jakarta Timur. Jakarta: Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah.

Ramadian. F, Mashudi, & Witarsa. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumsi dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan Ekonomi Keluarga. Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.1-16.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *11*(1):42-57.

Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pedidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

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