

# MINAT DAN MOTIVASI SISWA SMK SWASTA SITI BANUN DALAM MENENTUKAN MEREK KENDERAAN YANG DIGUNAKAN

**Sahbuki Ritonga**

*Dosen Pada Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)*

*Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Bukhary (STITA) Labuhanbatu Sumatera Utara*

*Email : [sahbuki@gmail.com](mailto:sahbuki@gmail.com)*

## ***Abstract—Abstrak***

*Semua orang tahu bahwa minat dan motivasi sangat penting dijadikan sebagai dasar untuk menentukan suatu pilihan. Dalam hal ini siswa SMK Swasta Siti Banun dalam menentukan pilihannya dalam hal memilih kendaraan yang dijadikan sebagai alat transportasi menuju ke sekolah adalah menggunakan kendaraan roda dua (sepeda motor).*

*Hal ini dapat dilihat bahwa dari jumlah siswa yang memakai kendaraan roda dua di SMK Swasta Siti Banun Sigambal menunjukkan sangat pantastik peminat dari merek kendaraan merek Honda; yaitu dari 316 siswa untuk peminat kendaraan merek Honda adalah 83,54 % peminat merek Yamaha adalah 14,24 % dan sementara untuk merek Suzuki adalah 2,22 %.*

*Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa tingkat peminat kendaraan merek Honda adalah menempati posisi paling diminati siswa SMK Swasta Siti Banun.*

***Kata Kunci : Minat dan Motivasi dalam menentukan pilihan.***

## **I. PENDAHULUAN**

Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan pendorong yang mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan dirinya. Seringkali orang berpendapat bahwa motivasi itu sangat penting dalam hal apapun karena itu akan menjadi pendorong agar tercapainya harapan yang diinginkan. Sebagai umat beragama, tentunya dalam hal apapun harus dikaitkan dengan agama atau religius yang diyakini. Religius sebagai pendorong manusia dalam membangun keimanan kepada Tuhan sehingga manusia dapat berbuat kebaikan dan selalu mengingat kebesaran tuhanya dan memiliki keyakinan yang bertambah kepada tuhanya. Pada saat remaja, manusia berada pada fase kebingunan (labil) dalam menentukan sesuatu.

Remaja adalah peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa kedewasaan. Suatu masa yang mempengaruhi perkembangan dalam aspek sosial, emosi dan fisik. Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan fase dimana remaja harus mulai merencanakan karir dengan matang. Namun minat pada karir seringkali menjadi sumber pikiran. Remaja sulit membedakan antara pilihan yang lebih disukai dengan yang dicita-citakan. Setiap siswa kelas XII yang akan menyelesaikan studinya di SMA akan dihadapkan pada berbagai pilihan, yaitu apakah akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi,

mengikuti kursus, mencari pekerjaan atau menganggur. Sebuah data menunjukkan dari temuan Supriatna (2009:23) masalah karir yang dirasakan siswa SMA adalah siswa yang kurang memahami cara memilih program studi yang cocok dengan kemampuan dan minat, siswa tidak memiliki informasi tentang dunia kerja yang cukup, siswa masih bingung untuk memilih pekerjaan, siswa masih kurang mampu memilih pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan minat, siswa merasa cemas untuk mendapatkan pekerjaan setelah tamat sekolah, siswa belum memiliki pilihan perguruan tinggi atau lanjutan pendidikan tertentu setelah lulus dari SMA, siswa belum memiliki gambaran tentang karakteristik, persyaratan, kemampuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam pekerjaan serta prospek pekerjaan untuk masa depan karirnya.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Pengertian Minat.

Minat dapat didefinisikan dengan kecenderungan untuk melakukan respon dengan cara tertentu disekitarnya. Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri

atau arti sementara situasi situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Sehingga apa yang telah dilihat seseorang tersebut tentu akan membangkitkan minat seseorang sejauh apa yang telah dilihatnya dan mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri.

Menurut De Vesta dan Thompson (1970) dari teori belajar sosial mengutip pendapat Bandura dan Kupers menyatakan: Bahwa minat terbentuk melalui identifikasi. Prosesnya bermula sejak individu mencari perhatian dari orang yang disukainya, seperti orang tua, guru, dan lain sebagainya. Sebagai konsekuensinya ia berusaha untuk menjadi seperti mereka. Pada tahap peniruan ini sering individu mempelajari inti peran baru hanya dengan sedikit usaha. Keberhasilan peran tiruan tersebut akan menjadi faktor yang mempengaruhi berkembangnya minat terhadap peran baru yang berbeda dari peran sebelumnya.<sup>1</sup>

Dalam kemunculan minat, Bernard berpendapat sebagaimana dikutip oleh Sardiman:

Bahwa minat timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalaman, kebiasaan pada waktu belajar atau bekerja. Jadi jelas bahwa soal minat akan selalu berkaitan dengan soal kebutuhan atau keinginan.<sup>2</sup>

### B. Faktor yang mempengaruhi Minat.

Minat pada seseorang akan suatu obyek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri

<sup>1</sup> Cosynook, "Teori Minat", <https://cosynook.wordpress.com/2013/02/14/teori-minat/htm>, diakses tanggal 26 Juni 2016.

<sup>2</sup> Sardiman, *Interaksi Belajar Mengajar.*, 76

seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu.

### C. Pengertian Motivasi.

Sedangkan motivasi adalah daya dorong yang ada dalam diri seseorang untuk dapat melakukan sesuatu. Motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku manusia, sehingga motivasi disebut juga sebagai pendorong, keinginan, pendukung atau kebutuhan-kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat dan termotivasi untuk mengurangi serta memenuhi dorongan diri sendiri, sehingga dapat bertindak dan berbuat menurut cara-cara tertentu yang akan membawa ke arah yang optimal.

Menurut Mangkunegara motivasi terbentuk dari sikap (attitude) karyawan dalam menghadapi situasi kerja di perusahaan (situation).<sup>3</sup>

### D. Tujuan Motivasi.

Tindakan memotivasi akan lebih dapat berhasil jika tujuannya jelas dan disadari oleh yang dimotivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan, dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.

Tujuan Menejer dalam memotivasi harus menyadari bahwa orang akan mau bekerja keras dengan harapan ia akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan-keinginannya dari hasil pekerjaannya:

- a. Mendorong gairah dan semangat kerja
- b. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja
- c. Meningkatkan produktifitas kerja
- d. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan
- e. Meningkatkan ke disiplin dan menurunkan tingkat absensi karyawan
- f. Mengefektifkan pengadaan karyawan
- g. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- h. Meningkatkan kretifitas dan partisipasi karyawan
- i. Meningkatkan kesejahteraan karyawan
- j. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
- k. Mendrong untuk berprestasi dan peraihian peluang karir.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di SMK Swasta Siti Banun Rantau Selatan, yang beralamat di Jalan HM. Said No. 213 Sigambal Kecamatan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.

### B. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan adalah pada bulan Pebruari minggu ke 2, selama kurang lebih tiga hari, dengan meminta bantuan dari siswa SMK Swasta Siti Banun Sigambal Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu.

### C. Penelitian yang dilakukan

Adapun penelitian yang penulis lakukan dalam jurnal ini adalah bersifat kualitatif dengan pendekatan *fenomenologi* (pengalaman yang langsung dirasakan oleh penulis). Dimana di dalam penelitian ini penulis berperan sebagai instrument kunci yang biasa disebut “*key*

<sup>3</sup> Mangkunegara, 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perumahan, Bandung: Remaja Rosdakarya.

*instrument* “ maka di dalam penelitian ini teori lahir dari suatu fenomena yang ada. Seterusnya *fenomenologi* yang di uraikan dalam penulisan ini adalah suatu pengalaman bukan menjelaskan, dan disamping itu juga tetap menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*).

#### IV. HASIL PENELITIAN

Semua orang tahu bahwa minat dan motivasi sangat penting dijadikan sebagai dasar untuk menentukan suatu pilihan. Dalam hal ini siswa SMK Swasta Siti Banun dalam menentukan pilihannya dalam hal memilih kendaraan yang dijadikan sebagai alat transportasi menuju ke sekolah adalah menggunakan kendaraan roda dua (sepeda motor).

TABEL 4.1  
HASIL PENELITIAN

KELAS	MEREK SEPEDA MOTOR			JUMLAH SEPEDA MOTOR	%
	HONDA	YAMAHA	SUZUKI		
XAK1	16	3	0	19	HONDA 83,54 %
XAK2	20	5	0	25	
XMP	21	4	0	25	
XRPL1	8	4	0	12	
XRPL2	13	3	0	16	
XTKJ1	17	3	1	21	
XTKJ2	25	1	0	26	YAMAHA 14,24 %
XIAK1	12	1	0	13	
XIAK2	18	4	0	22	
XIMP	17	2	1	20	
XIRPL1	14	3	0	17	
XITKJ2	21	2	0	23	SUZUKI 2,22 %
XIIAK	19	2	2	23	
XIIMP	13	2	1	16	
XIIRPL	15	3	2	20	
XIITKJ	15	3	0	18	
<b>JUMLAH</b>	<b>264</b>	<b>45</b>	<b>7</b>	<b>316</b>	<b>100 %</b>

**SUMBER : SISWA/I SMK SWASTA SITI BANUN FEBRUARI 2022**

Hal ini dapat dilihat bahwa dari jumlah siswa yang memakai kendaraan roda

dua di SMK Swasta Siti Banun Sigambal menunjukkan sangat fantastik peminat dari kendaraan merek Honda; yaitu dari 316 siswa untuk peminat kendaraan merek Honda adalah 83,54 % peminat merek Yamaha adalah 14,24 % dan sementara untuk peminat merek Suzuki adalah 2,22 %.

Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa tingkat peminat kendaraan merek Honda adalah menempati posisi paling diminati siswa SMK Swasta Siti Banun.

#### V. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penyajian dan analisis data pada bab sebelumnya dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat peminat siswa akan merek kendaraan sepeda motor jatuh pada pilihan merek HONDA, terbukti menembus angka 264 dari 316 siswa (83,54 %), sedangkan untuk merek YAMAHA 45 dari 316 siswa (14,24 %) sementara merek SUZUKI 7 dari 316 siswa (2,22 %) Dengan demikian peminat merek HONDA menempatan urutan pertama, disusul YAMAHA pada urutan ke dua dan SUZUKI pada urutan ke tiga.

##### B. Saran

Berdasarkan dari simpulan di atas, berkaitan dengan tingkat minat merek kendaraan sepeda motor pada tingkat sekolah lanjutan atas (SMK Swasta Siti Banun) Rantau Selatan, peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi pengusaha merek HONDA kiranya dapat mempertahankan tingkat minat masyarakat akan produk HONDA, dengan terus berbenah diri serta menjaga kepercayaan pelanggan dan juga meningkat kualitas yang lebih baik lagi.
2. Bagi pengusaha merek YAMAHA lakukan survey dan promosi yang

maksimal langsung turun di tengah-tengah masyarakat, agar prestasi tingkat minat pelanggan (konsumen) dapat ditingkatkan, serta terus update dengan teknologi yang lebih maju.

3. Demikian bagi merek SUZUKI terus maksimal dalam mendekati masyarakat secara langsung agar dapat diketahui secara nyata dimana kurang tertarikannya minat masyarakat akan merek ini, sehingga seiring dengan waktu bisa ditingkatkan kumulatif penjualannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kamisa. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kartika. 2002
- Edi Sutrisno. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana. 2011
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004
- Ninik Widiarti. *Manajemen Organisasi*. Jakarta: PT Reneka Cipta 2002
- Saifudin Anwar. *Metode Penelitian*. Jakarta: Pustaka Pelajar. 2004
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002
- Sondang P. Siagian. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008
- Veithzal Rivai. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2004.
- Cosynook, "Teori Minat", <https://cosynook.wordpress.com/2013/02/14/teori-minat/htm>, diakses tanggal 26 Juni 2016.
- Sardiman, *Interaksi Belajar Mengajar*, 76 Mangkunegara, 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.