

KURIKULUM 2013 DAN PENDIDIKAN KONSUMEN SEBAGAI AGEN HARAPAN KEMBALINYA KARAKTER GENERASI MUDA

Eddy Zuhni khayati
Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Kurikulum merupakan alat untuk mencapai tujuan pendidikan. Tujuan yang akan dicapai sesuai dengan salah satu tujuan bangsa Indonesia yang diamanahkan pada isi pembukaan UUD 1945, adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, maka tujuan luhur ini perlu terus diperjuangkan agar generasi muda Indonesia lebih berkualitas dan mampu bersaing di zaman globalisasi saat ini. Namun Generasi muda sekarang telah berbeda dengan anak bangsa yang sebelumnya. Sekarang cenderung kurang memiliki karakter yang telah dimiliki bangsa Indonesia sebelumnya, misalnya: religius, jujur, adil, sopan santun, suka bergotongroyong dan memiliki rasa nasionalisme serta cinta produk-produk buatan Indonesia yang sangat tinggi. Hal ini dikarenakan faktor lingkungan dan globalisasi, Untuk mengimbangnya maka perlu komitmen tiga pilar pendidikan (pendidikan formal, Non formal dan Informal) dalam melaksanakan pendidikan karakter anak bangsa, melaksanakan kurikulum 2013 dan mengimplementasikan mata kuliah Pendidikan Konsumen dengan model-model pembelajaran yang kooperatif, menarik dan menyenangkan, sehingga nilai-nilai kehidupan yang positif akan terinternalisasi pada diri peserta didik/generasi muda, selanjutnya di amalkan dengan baik dalam bentuk tindakan yang diyakininya, sehingga akan dapat membentuk karakter yang positif seperti yang diharapkan. Dengan demikian kurikulum pendidikan 2013 yang sarat akan pendidikan karakter dan matakuliah Pendidikan Konsumen dapat menjadi agen atau berkontribusi dalam menumbuhkembangkan karakter positif untuk memperkuat karakter Indonesia pada generasi muda.

Kata Kunci: kurikulum 2013, pendidikan konsumen, karakter generasi muda

PENDAHULUAN

Pendidikan konsumen merupakan salah satu matakuliah dalam kurikulum program studi Teknik Busana Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Yang mencolok dalam pendidikan konsumen adalah muatan karakter-karakter yang positif dalam

perilaku berkonsumsi kebutuhan hidup sehari-hari, Partisipasi positif dalam bermasyarakat dan Cinta Indonesia serta Pengelolaan keuangan personal. Dalam pendidikan konsumen mahasiswa belajar menyadari dan dilatih untuk mengimplementasikan hak-hak dan Tanggungjawab sebagai konsumen yang cerdas (*smart*), memahami undang-undang perlindungan konsumen, berlatih mengelola keuangan personal secara bijaksana, mengembangkan rasa cinta Indonesia atau produk-produk dalam Negeri, merencanakan kebutuhan sehari-hari dengan teliti, hemat, cermat dan bersahaja. Dalam rangka penguatan karakter generasi muda penerus bangsa yang diharapkan dapat menjadi generasi muda Indonesia yang lebih berkualitas, mandiri, cerdas, terampil, kreatif, inovatif dan produktif, maka implementasi kurikulum 2013 diharapkan secara perlahan-lahan karakter, nasionalisme dan sikap-sikap dasar bangsa Indonesia seperti: gotong royong, setia kawan, solidaritas, saling menolong serta ramah tamah, jujur, setia kawan akan kembali tumbuh dan mampu membentuk karakter generasi muda indonesia yang lebih unggul, dan mampu memenangkan percaturan di kancah dunia sehingga akan menjadi generasi yang kuat, tangguh, jujur, dan berkualitas.

Sepanjang sejarahnya, di seluruh dunia ini, pendidikan pada hakekatnya memiliki dua tujuan, yaitu membantu manusia untuk menjadi cerdas dan pintar (*smart*), serta membantu mereka menjadi manusia yang baik (*good*). Menjadikan manusia cerdas dan pintar, boleh jadi mudah melakukannya, tetapi menjadikan manusia agar menjadi orang yang baik dan bijak, tampaknya jauh lebih sulit atau bahkan sangat sulit. (Haryanto, 2011) Dengan demikian, sangat wajar apabila dikatakan bahwa problem moral merupakan persoalan akut atau penyakit kronis yang mengiringi kehidupan manusia kapan dan di mana pun.

Sebagai kajian akademik, pendidikan karakter tentu saja perlu memuat syarat-syarat keilmiahan akademik seperti dalam *konten* (isi), pendekatan dan metode kajian. Di sejumlah negara maju, seperti Amerika Serikat terdapat pusat-pusat kajian pendidikan karakter (*Character Education Partnership; International Center for Character Education*). Pendidikan karakter berkembang dengan pendekatan kajian multidisipliner: psikologi, filsafat moral/etika, hukum, sastra/humaniora,

Sebagai aspek kepribadian, karakter merupakan cerminan dari kepribadian secara utuh dari seseorang: mentalitas, sikap dan perilaku. Pendidikan karakter semacam ini lebih tepat sebagai pendidikan budi pekerti atau akhlakul karimah. Pembelajaran tentang tata-krama, sopan santun, dan adat-istiadat, jujur, setiakawan, kritis, teliti, hemat, cermat, bersahaja, nasionalisme dan sikap-sikap dasar bangsa Indonesia, seperti gotong royong, setia kawan, solidaritas, saling menolong serta ramah tamah menjadikan pendidikan karakter semacam ini lebih menekankan kepada perilaku-perilaku aktual tentang bagaimana seseorang dapat disebut berkepribadian dan berperilaku baik atau tidak baik berdasarkan norma-norma yang bersifat kontekstual dan kultural. Menurunnya kualitas moral dan kecintaan generasi muda akan produk-produk Indonesia dalam kehidupan manusia Indonesia dewasa ini, terutama di kalangan generasi muda, menuntut diselenggarakannya pendidikan yang dapat menumbuhkembangkan karakter bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut maka tiga pilar pendidikan (pendidikan formal, Non formal, dan informal) dituntut untuk memainkan peran dan tanggungjawabnya dalam menanamkan dan mengembangkan nilai-nilai yang baik dan membantu para peserta didik membentuk dan membangun karakter mereka dengan nilai-nilai yang baik. Bila generasi bangsa sendiri tidak begitu peduli dengan produk-produk buatan anak bangsa, maka bisa

dipastikan akan sulit untuk maju. Bagaimana bisa bangsanya maju jika tidak didukung oleh generasinya? Pendidikan karakter diarahkan untuk memberikan tekanan pada nilai-nilai tertentu seperti rasa hormat, tanggungjawab, jujur, peduli, nilai nasionalisme serta cinta produk Indonesia, dengan mengkonsumsi bahan makanan/pangan, sandang/pakaian dan papan/rumah dengan lebih memanfaatkan bahan lokal/dalam negeri, dalam kehidupan sehari-hari sebagai wujud cinta Indonesia dan menguatkan serta menumbuhkan rasa nasionalisme, membantu peserta didik untuk memahami, memperhatikan, dan melakukan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan mereka sendiri. Sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas maka adanya mata kuliah pendidikan konsumen di kurikulum program studi Teknik Busana jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana Fakultas Teknik UNY. dirasa sangat penting. Yang mencolok dalam pendidikan konsumen adalah muatan karakter-karakter yang positif dalam perilaku mengkonsumsi, bermasyarakat, dan cinta tanah air untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seiring dengan itu maka Pendidikan konsumen diharapkan memberikan sumbangan atau dapat berkontribusi yang cukup besar dalam menanamkan nilai-nilai positif pada peserta didik, karena dalam pendidikan konsumen ditanamkan pentingnya pengetahuan barang dan jasa, mengenal hak dan tanggung jawab konsumen, UU perlindungan konsumen, kualitas barang dan jasa, mengenal cara pengaduan bila dirugikan, mengelola keuangan personal, menjadi konsumen yang cerdas, menyadari, dan mengamalkan secara ikhlas nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari dengan nyata. Dari uraian di atas nampak jelas bahwa kurikulum 2013 dan matakuliah Pendidikan Konsumen diharapkan dapat sebagai agen kembalinya karakter mulia yang sangat adiluhur yang seharusnya tidak hilang dari diri generasi muda bangsa Indonesia tercinta ini.

PEMBAHASAN

1. Kurikulum 2013 dan Pendidikan Karakter

Identitas bangsa yang berkarakter merupakan suatu kebutuhan, bahkan suatu keharusan bangsa-bangsa yang mandiri dan memiliki jati diri. Melihat kondisi bangsa Indonesia yang belum solid, kukuh, dan terbelah-belah, maka sebagai suatu bangsa yang merdeka dan berdaulat, perlu terus mengupayakan terciptanya warga dan bangsa Indonesia yang berkarakter dan berbudaya. Sebagai warga Indonesia, maka seharusnya menjunjung tinggi nilai-nilai ke-Indonesian dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Pancasila, UUD45, Bhineka Tunggal Ika, dan NKRI (Rochmad wahab, 2011)

Untuk menumbuhkembangkan karakter Bangsa Indonesia yang adi luhur perlu kekompakan ketiga pilar pendidikan anak sebagai generasi penerus bangsa Indonesia yaitu pendidikan di lingkungan keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Mendiknas yang mengatakan bahwa beberapa kebiasaan atau budaya yang perlu ditumbuhkembangkan adalah **budaya apresiasif konstruktif**, yakni siapa pun yang dapat memberikan kontribusi positif di lingkungannya perlu diberikan apresiasi. Kebiasaan memberikan apresiasi itu akan membangun lingkungan untuk tumbuh suburnya orang berprestasi. Kalau lingkungan sendiri tidak mendukung seseorang berprestasi maka nanti akan terus menerus tumbuh karakter yang negatif.

Budaya berikutnya yang perlu dikembangkan, adalah **obyektif komprehensif**, yaitu perlu mentradisikan melihat segala sesuatu secara utuh atau komprehensif. Budaya berikutnya yang perlu dikembangkan adalah **rasa penasaran intelektual atau *intellectual curiosity* dan kesediaan untuk belajar dari orang lain**. Sehubungan dengan itu maka perlu dikembangkan model-model pembelajaran yang menjadikan anak

tidak hanya mampu menghafal, tetapi juga dapat mengetahui, mengingat, dan memahami, apa yang diingatnya serta mampu memecahkan masalah masalah sosial yang dihadapi. Selain itu juga sangat perlu membangun karakter dan budaya bangsa secara sistematis, budaya meneliti dan mengembangkan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Budaya itu pun juga bisa direkayasa dalam makna positif dengan tahapan yang jelas, dan lebih ditekankan kepada kegiatan internalisasi atau penghayatan dan pembentukan tingkah laku yang mulia atau akhlakul karimah.

Sejalan dengan hal di atas maka setiap jenjang pendidikan formal, harus mempunyai statuta yang di dalamnya dicantumkan secara eksplisit dan jelas tentang pengembangan karakter di sekolah/Perguruan tinggi tersebut. Karakter juga dapat diartikan sebagai cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas individu untuk hidup dan bekerjasama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Individu yang berkarakter baik adalah individu yang bisa membuat keputusan dengan bijaksana dan siap mempertanggung jawabkan setiap akibat dari keputusan yang ia buat. Pembentukan karakter merupakan salah satu tujuan pendidikan nasional. Pasal I UU Sisdiknas tahun 2003 menyatakan bahwa di antara tujuan pendidikan nasional adalah mengembangkan potensi peserta didik untuk memiliki kecerdasan, kepribadian dan akhlak mulia. Pendidikan karakter merupakan usaha sadar dan terencana dalam menanamkan nilai-nilai sehingga terinternalisasi dalam diri peserta didik yang mendorong dan mewujudkan dalam sikap dan perilaku yang baik Amanah UU Sisdiknas tahun 2003 itu bermaksud agar pendidikan tidak hanya membentuk insan Indonesia yang cerdas, namun juga berkepribadian atau berkarakter, sehingga nantinya akan lahir generasi bangsa yang tumbuh berkembang dengan karakter yang bernafaskan nilai-nilai luhur bangsa serta agama.

2. Pendidikan Konsumen

Pendidikan karakter memiliki esensi dan makna yang sejalan dengan tujuan matakuliah pendidikan konsumen, pendidikan moral dan pendidikan akhlak, yang bertujuan membentuk pribadi anak, menjadi manusia yang bijaksana, warga masyarakat yang baik, dan warga negara yang baik dan taat, yang banyak dipengaruhi oleh budaya masyarakat dan bangsanya. Pendidikan karakter yang sesungguhnya adalah diperuntukkan bagi semua insan yang memiliki pribadi, agar memahami nilai yang baik, berinteraksi dengan lingkungan budayanya dan diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendidikan Konsumen juga merupakan bentuk pendidikan karakter dan merupakan suatu sistem penanaman nilai-nilai karakter kepada peserta didik yang meliputi komponen pengetahuan, kesadaran atau kemauan, dan tindakan untuk melaksanakan nilai-nilai tersebut. Karakter nasionalisme dan sikap-sikap positif bangsa Indonesia seperti gotong royong, setia kawan, solidaritas, dan rasa cinta tanah air, teliti, hemat, cermat, bijaksana, kritis, peduli, toleransi sosial, adil, inovatif, kreatif, produktif, ramah, suka mencari informasi yang memberikan manfaat untuk hidup serta kehidupan, dan menghargai uang, perlu terus dikembangkan dalam kurikulum 2013 khususnya dalam matakuliah pendidikan konsumen, yang ada di program studi Teknik Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, bahkan bila perlu ditanamkan kepada anak sejak usia dini, agar sebagai generasi penerus bangsa dapat mewujudkan sikap dan tingkah laku yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat dan menghindari penyimpangan-penyimpangan sosial yang dapat merusak norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan Indonesia, serta mampu menjunjung tinggi nilai-nilai kebudayaan dan norma-normanya.

Peyimpangan-penyimpangan tersebut bukan hanya merugikan diri sendiri tapi juga dapat merugikan masyarakat bahkan negara, karena nilai-nilai kebudayaan bangsa mencerminkan cinta terhadap bangsa dan negara.

Karakter –karakter yang sangat positif untuk menumbuhkan karakter Indonesia pada generasi muda tersebut dalam matakuliah pendidikan konsumen dapat ditanamkan kepada anak didik melalui: Pemilihan dan pemakaian busana dengan bahan dasar tenunan dan batik produksi Indonesia tercinta, pemilihan makanan berbasis bahan lokal, Labeling produk dengan nuansa Indonesia, Kegiatan lain adalah memperingati hari besar Nasional dengan kegiatan lomba atau pentas budaya Nusantara, Pameran tekstil Nusantara, Bisa juga diintegrasikan dalam tema lain melalui pembiasaan sikap dan perilaku, misalnya implementasi hak memperoleh lingkungan yang sehat, bersih, sehat, dan aman merupakan perwujudan rasa cinta tanah air dan produk-produk anak bangsa Indonesia. Cinta produk dalam negeri merupakan salah satu bentuk nasionalisme cinta terhadap bangsa. Kalau rasa cinta tanah air ini ingin diwujudkan dalam keseharian, sebenarnya bisa dimulai dengan yang mudah. Awali lah dengan mencintai produk anak bangsa sendiri. Ada beberapa implikasi yang akan memancar jika kita seratus persen cinta dengan produk dalam negeri antara lain: (1) Menunjukkan adanya keberpihakan. (2) Memilih produk dalam negeri, berarti menghidupi saudara sebangsa setanah air. Uang yang digunakan untuk membeli produk dalam negeri akan beredar kembali di dalam negeri, dan itu akan menjadi power bagi gerakan perekonomian masyarakat. Harus disadari bahwa dengan membeli produk dalam negeri, kita sudah membantu menghemat devisa negara. Banyak dampak positif yang kita dapatkan dengan berbelanja produk buatan negeri. Memang pada kenyataannya produk dalam negeri

sering kalah dalam hal kualitas. Oleh sebab itu diharapkan pula kepada setiap produsen dalam negeri agar memperhatikan kualitas barang yang akan dilepas dipasar, agar konsumen pun mendapat kepuasan dan tidak ragu berbelanja produk dalam negeri

Pendidikan konsumen yang disampaikan melalui model pembelajaran kooperatif berbasis masalah dan isu-isu terkini yang terkait dengan pendidikan konsumen dan karakter-karakter positif yang harus dimiliki generasi muda akan lebih menarik, mudah difahami dan menyenangkan. Pembelajaran dua arah dengan melibatkan peserta didik untuk aktif menyebabkan pembelajaran tersebut sangat menyenangkan bagi peserta didik/mahasiswa (Enny Zuhni Khayati, 2012). Dengan demikian implementasi kurikulum 2013 dan Pendidikan Konsumen yang disampaikan dengan model-model pembelajaran yang menarik dan menyenangkan akan mempermudah peserta didik/generasi muda penerus bangsa akan dapat menjadi agen kembalinya karakter positif generasi muda yang saat ini dinilai mulai memudar, dan akan kembali serta mengalami tumbuh kembang dengan baik sehingga akan mendukung kualitas generasi muda

SIMPULAN

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai karakter positif yang dilandasi budaya bangsa dan agama perlu ditanamkan dan ditumbuhkembangkan pada peserta didik sebagai generasi muda calon penerus bangsa yang diharapkan menjadi generasi yang berkualitas dan mampu bersaing di kancah global. Sehubungan dengan hal tersebut perlusebuah kurikulum pendidikan yang sarat akan muatan pendidikan karakter, dan budaya bangsa. Budaya yang perlu ditumbuhkembangkan adalah daya *apresiasif konstruktif*, yakni siapa pun yang dapat memberikan

kontribusi positif di lingkungannya perlu diberikan apresiasi. Budaya berikutnya yang perlu dikembangkan adalah obyektif komprehensif, yaitu perlu mentradisikan melihat segala sesuatu secara utuh atau komprehensif. Budaya yang perlu ditumbuh kembangkan lainnya adalah rasa penasaran intelektual atau *intellectual curiosity*, dan kesediaan untuk belajar dari orang lain. Selain itu budaya; berperilaku bijaksana, jujur, adil, tidak konsumtif, setia kawan, kritis, teliti, hemat, cermat, dan hidup bersahaja, bangga dan cinta produk dalam negeri Indonesia juga harus terus ditumbuh kembangkan pada generasi muda untuk mendukung Pasal I UU Sisdiknas tahun 2003 yang menyatakan bahwa diantara tujuan pendidikan nasional adalah mengembangkan potensi peserta didik untuk memiliki kecerdasan, kepribadian dan akhlak mulia Oleh karena itu nilai-nilai karakter tersebut di atas dipelajari dan dilatihkan dalam pembelajaran matakuliah Pendidikan Konsumen di Program studi Teknik Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. yang dilaksanakan dengan metode pembelajaran kooperatif, menarik dan menyenangkan agar mahasiswa dapat mengimplementasikan nilai-nilai dan karakter yang positif dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu maka kurikulum 2013 dan Matakuliah Pendidikan Konsumen dapat berkontribusi nyata dalam menumbuhkembangkan dan mengembalikan Karakter-karakter bangsa yang saat ini nyaris hilang. Hasil penelitian Sri Wening membuktikan bahwa nilai-nilai kehidupan yang terinternalisasi pada diri mahasiswa telah diamalkan dengan baik dalam bentuk tindakan yang diyakininya dapat membentuk karakter. (Sri Wening, 2013) hal ini membuktikan bahwa pendidikan konsumen mampu berperan sebagai agen kembalinya karakter generasi muda dan berkontribusi positif dalam menumbuhkembangkan karakter positif pada mahasiswa sebagai generasi muda penerus bangsa yang mempelajari pendidikan konsumen.

REFERENSI

Enny Zuhni Khayati, 2012, Implementasi metode pembelajaran NHT pada matakuliah Pendidikan konsumen dan pencapaian kompetensi hasil belajar mahasiswa prodi teknik busana PTBB FT UNY.

Rochmad Wahab, 2011, UNY Mengedepankan Pendidikan Karakter dalam Pendidikan Karakter perspektif Teori dan Praktek, editor Darmiyati Zuhdi, UNY Press.

Sri Wening, 2013, Evaluasi Reflektif Pencapaian Kurikulum Pendidikan konsumen dalam Kehidupan Mahasiswa Sebagai Demensi Pembentuk Karakter.

<https://www.google.com/#q=Haryanto%2c+Mengapa+Perlu+Pendidikan+Karakter>+diakses pukul jam 6.08.hari senin 09/12/2013