

PENDEKATAN STRATEGI PEMBELAJARAN NILAI KEHIDUPAN KONSUMEN BERBASIS PENDIDIKAN KARAKTER MELALUI KURIKULUM SEKOLAH

Sri Wening
Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Secara substansi, pendidikan konsumen berorientasi pada pentingnya seorang konsumen memiliki pengetahuan dan keterampilan mengelola keuangan secara personal, bertindak untuk membuat keputusan membeli yang tepat, dan berpartisipasi sebagai warga masyarakat yang bijaksana. Dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai kehidupan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Peserta didik sebagai konsumen harusnya sejak dini memiliki nilai-nilai kehidupan tersebut agar terhindar dari budaya konsumtif. Budaya konsumtif dikatakan berbahaya karena berekses negatif terhadap lingkungan hidup dan dapat juga meluruhkan hubungan social.

Nilai-nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen, penting dibudayakan secara bertahap dan berkelanjutan untuk menumbuhkembangkan kesadaran konsumen masyarakat menjadi pribadi yang berwatak. Oleh sebab itu, kegiatan pendidikan sebagai proses pembudayaan semestinya sarat akan pendidikan nilai. Terkait dengan itu pembelajaran di sekolah hendaknya mengintegrasikan nilai-nilai kehidupan melalui materi pelajaran yang disampaikan oleh para guru. Guru perlu mengenal dan menerapkan strategi pembelajaran nilai yang sesuai dengan arti kata *value*, yaitu a) *value identification*, b) *activity*, c) *learning aids*, d) *unit interaction*, dan e) *evaluation segment*. Kelima strategi tersebut dapat diterapkan sesuai dengan situasi dan kondisi peserta didik berdasarkan tahapan pendidikan karakter, sehingga guru dimungkinkan dapat menerapkan strategi tersebut secara kolaboratif. Penerapan pendidikan nilai kehidupan perlu dilakukan secara holistic dan didesain dalam proses pembelajaran yang menyenangkan.

Kata kunci: strategi pembelajaran, nilai kehidupan konsumen, pendidikan karakter, kurikulum sekolah

PENDAHULUAN

Beragam produk saat ini dengan mudah dapat diperoleh di pasar. Mulai dari sebuah toko kecil di sudut gang, mini market, super market

hingga *hyper market* yang bertebaran di kota, menyediakan produk-produk yang diinginkan; produk lokal, nasional maupun produk-produk global. Sehingga konsumen benar-benar dimanjakan, bahkan jika ingin, transaksi dapat dilakukan di rumah melalui *phone call*. Pembayaran tidak mesti menggunakan uang sebagai alat tukar ril tetapi bisa juga menggunakan *virtual money*, seperti kartu kredit. Penyebab dari perubahan dan perkembangan sistem ekonomi tersebut adalah terjadinya proses globalisasi yang begitu cepat.

Seseorang mengkonsumsi suatu produk, barang atau jasa bermaksud untuk memperoleh manfaat (*utility*) dari produk tersebut. Suatu produk dikatakan bermanfaat apabila dapat menimbulkan kepuasan bagi penggunanya. Pemanfaatan produk tersebut pada awalnya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya semata, tetapi di era globalisasi perilaku konsumsi telah menjadi budaya konsumerisme. Budaya konsumerisme merupakan suatu fenomena yang nyata sifatnya dan dialami oleh banyak orang dengan dampak yang juga luas cakupannya. Isu budaya konsumerisme yang muncul dewasa ini menjadi suatu pertanda bahwa masalah tersebut memang nyata hadir di tengah-tengah kita dan bukan hanya sebuah isu yang mengemuka di dalam kepala segelintir orang yang kebetulan hidupnya pas-pasan dan tidak bisa berfoya-foya dalam menghabiskan uangnya.

Konsumerisme adalah keadaan dimana seseorang atau masyarakat mengonsumsi barang dan jasa dalam jumlah yang sangat tinggi melebihi kebutuhan normal atau kebutuhan cukup. Di dalamnya terdapat perilaku konsumsi yang cenderung boros, tidak sepadan dengan kebutuhan yang cukup, dimana konsumsi mendukung sebuah *lifestyle*, dan pembelian barang dan jasa seolah hanya dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan gengsi, prestise dan aktualisasi diri ketimbang kebutuhan yang sebenarnya. Konsumsi menjadi sesuatu yang didasari oleh *Wants* dan bukan lagi *Needs*.

Budaya konsumtif dikatakan berbahaya karena berekses negatif terhadap lingkungan hidup, juga meluruhnya hubungan sosial dan bertahtanya kesadaran palsu di benak masyarakat. Sekarang sudah saatnya menjadi konsumen yang cerdas dan kritis, bukan lagi saatnya menjadi konsumen yang pasif dan gampang dibodohi. Menjadi konsumen yang dapat mengendalikan diri dan membelanjakan uang hanya untuk barang yang benar-benar diperlukan, tidak mudah terpengaruh dengan rayuan untuk membeli dan mulai mempertanyakan proses di balik pembuatan barang yang akan dibeli.

Permasalahan konsumsi juga dapat dilihat dengan sudut pandang yang lain. Ternyata, kerusakan lingkungan akibat produksi sampah yang besar juga merupakan salah satu dampak dari kegiatan konsumsi yang berlebihan. Efek tidak langsung yang tetapi berdampak langsung terhadap masyarakat adalah masalah penghematan sumber daya energi. Disadari atau tidak, masyarakat Indonesia memiliki sifat konsumtif yang terlihat di dalam penggunaan sumber daya alam dan listrik. Dari penggunaan kayu hingga pada pemakaian air ketika mandi, semua perilaku yang terkait dengan pemanfaatan sumber daya dan konsumsi menunjukkan sifat yang belum sadar akan arti penting dari sebuah penghematan. Bila masyarakat menyadari hal tersebut, mungkin baru dapat muncul kesadaran bahwa sebenarnya dalam mengonsumsi sekaligus dapat mengambil suatu sikap dan pilihan.

PEMBAHASAN

A. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat diduga terkait dengan kurangnya wawasan, sikap dan keterampilan mereka dalam mengelola uang atau kecerdasan finansial serta dalam mengonsumsi. Hal ini bisa terjadi karena individu tidak disiapkan sedini mungkin untuk berfungsi sebagai konsumen di pangsa pasar dalam menghargai nilai uang,

baik itu oleh keluarga maupun sekolah, sehingga tingkat kesadaran konsumen lemah karena tingkat pendidikan konsumen masih sangat rendah.

Untuk mengatasi hal itu, langkah utama yang sangat mendesak harus dilakukan adalah melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan kepada masyarakat. Penting sekali untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan upaya melatih mengelola uang atau kecerdasan finansial, pola berkonsumsi serta kedudukannya sebagai konsumen, yang sesungguhnya ini merupakan hak konsumen seperti yang tertuang di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 4).

Penelitian yang dilakukan oleh Bannister (Kerka, 1993: 2) menunjukkan data yang menarik yaitu bahwa Sebuah penelitian pendidikan konsumen yang merupakan proses pembelajaran dalam mengatur keuangan personal dan pembuatan keputusan, sangat penting diterapkan dalam lingkungan yang menantang saat ini. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa pengetahuan tentang ilmu ekonomi, keuangan personal, dan hak serta tanggung jawab konsumen dapat membantu fungsi orang sebagai warga negara yang mandiri, produktif, dan terdidik.

Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan konsumen diharapkan akan mengarah pada proses pembudayaan yang dapat membentuk watak konsumen yang baik di masyarakat, sehingga ini dapat dijadikan suatu agenda aksi dalam dunia pendidikan di Indonesia. Hal tersebut mendesak untuk diterapkan karena pendidikan konsumen tidak hanya sekedar menawarkan ilmu pengetahuan dan keterampilan, melainkan juga meningkatkan kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah dan tindakan yang merupakan ciri-ciri individu yang berkarakter.

Hal ini disebabkan pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan peserta didik untuk menggunakan uang dengan baik, tetapi pada kenyataan pendidikan konsumen juga mengandung banyak nilai

kehidupan. Ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Knapp (1991: 3) bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung makna nilai-nilai implisit yang patut ditumbuhkembangkan pada siswa yakni: memiliki kesadaran akan diri sendiri karena mereka tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, memiliki tanggung jawab misalnya kesadaran membayar rekening, menjadi hemat, hidup sederhana misalnya menabung, menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli dan memiliki perencanaan karena mereka menganggarkan uang dalam kehidupannya.

Nilai-nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen, penting dibudayakan secara bertahap dan berkelanjutan untuk menumbuhkembangkan kesadaran konsumen masyarakat/remaja menjadi pribadi yang berwatak, yang tercermin dari sistem nilai yang dianut. Oleh sebab itu, kegiatan pendidikan sebagai proses pembudayaan semestinya sarat akan pendidikan nilai. Menurut Sudarminta (2002: 456) pendidikan nilai adalah upaya untuk membantu siswa mengenal, menyadari pentingnya, dan menghayati nilai-nilai yang pantas dan semestinya dijadikan panduan bagi sikap dan perilaku manusia, baik secara perorangan maupun bersama-sama dalam suatu masyarakat. Nilai mendasari prinsip dan norma yang memandu sikap dan perilaku orang dalam hidup. Kualitas seseorang ditentukan oleh nilai-nilai yang senyatanya dihayati sebagai pemandu sikap dan perilakunya. Watak dan kepribadian seseorang dibentuk oleh nilai-nilai yang senyatanya dipilih, diusahakan, dan secara konsisten diwujudkan dalam tindakan.

Pendidikan yang bermaksud membantu terbentuknya watak konsumen yang bijaksana, dapat dibangun melalui tri pusat pendidikan yaitu keluarga, sekolah, dan masyarakat melalui pendidikan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen. Memang pertama-tama dan terutama merupakan tugas dan tanggung jawab orang tua atau keluarga

untuk memberikan pendidikan yang membentuk watak yang baik dan kepribadian yang utuh untuk anak-anaknya.

Dalam hal pendidikan watak dan kepribadian, sekolah hanyalah berfungsi menunjang atau melengkapi. Akan tetapi, mengingat kebanyakan orangtua (lebih-lebih di kota besar) terlalu sibuk untuk sungguh-sungguh memperhatikan anak-anaknya, dan sebagian waktu anak setiap harinya berada di sekolah, maka pandangan bahwa tugas utama sekolah adalah pembelajaran dan bukan pendidikan adalah kurang realistis. Pendidikan di sekolah perlu memperhatikan segi pembentukan watak yang baik bagi para peserta didiknya. Hal ini terutama berlaku untuk tingkat pendidikan dasar dan menengah (Sudarminta, 2002: 461). Pendidikan di sekolah pun perlu secara sadar dirancang dan dikelola sedemikian rupa sehingga dalam proses pembelajaran peserta didik terjadi pula proses pembentukan sikap dan perilaku yang baik. Pertanyaan yang menggelitik adalah, apakah tujuan pembelajaran saat ini telah memberikan sumbangan penting bagi pembentukan karakter peserta didik dengan pengembangan sistem nilai yang disesuaikan kebutuhan pengembangan tatanan kehidupan global?

B. Strategi Pembelajaran Nilai

Nilai merupakan realitas abstrak dalam diri manusia yang menjadi daya pendorong terhadap sikap dan tingkah laku sehari-hari. Seseorang yang telah menghayati nilai kejujuran akan terdorong untuk bersikap dan bertindak jujur kepada orang lain bahkan terhadap dirinya sendiri. Pendidikan nilai menurut Sudarminta adalah upaya untuk membantu peserta didik, mengenal, menyadari pentingnya, dan menghayati nilai-nilai yang pantas dan semestinya dijadikan panduan bagi sikap dan perilaku manusia, baik secara perseorangan maupun bersama-sama dalam suatu masyarakat (2002: 456). Sikap nilai moral berisikan suatu pandangan dalam diri seseorang, sedangkan sebagai perilaku, nilai moral harus berwujud tindakan yang mencerminkan sikap dasar seseorang. Dengan demikian ada

dua unsur pemahaman atau pengertian, dan unsur tindakan atau perbuatan kedua hal harus ada dan saling melengkapi. Sikap menjadi dasar bertindak, dan tindakan menjadi ungkapan sikap itu. Bila tindakan dilakukan terus menerus secara konsisten sampai menjadi kebiasaan maka terjadi pembentukan karakter seseorang.

Pendidikan nilai dimaksudkan untuk membantu peserta didik agar memahami, menyadari, dan mengalami nilai-nilai serta mampu menemukannya secara integral dalam kehidupan. Pendidikan nilai bertujuan untuk mengukir karakter mulia melalui proses *knowing the good, loving the good, and acting the good*, yaitu proses pendidikan yang melibatkan aspek kognitif, emosi, dan fisik, sehingga karakter anak bisa terukir menjadi *habit of the mind, heart, and hands*. Lickona (1992: 87) menambahkan bahwa memiliki pengetahuan nilai moral itu tidak cukup untuk menjadi manusia berkarakter, nilai moral harus disertai dengan adanya karakter bermoral. Termasuk dalam karakter ini adalah tiga komponen karakter (*components of good character*) yaitu pengetahuan tentang moral (*moral knowing*), perasaan tentang moral (*moral feeling*) dan perbuatan bermoral (*moral action*). Hal ini diperlukan agar manusia mampu memahami, merasakan dan sekaligus mengerjakan nilai-nilai kebajikan.

Dalam proses pendidikan nilai, tindakan-tindakan pendidikan yang lebih spesifik dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang lebih khusus. Seperti dikemukakan Komite APEID (*Asia and the Pacific Programme of Educational Innovation for Development*), Pendidikan Nilai secara khusus ditujukan untuk: a) menerapkan pembentukan nilai kepada anak, b) menghasilkan sikap yang mencerminkan nilai-nilai yang diinginkan, dan c) membimbing perilaku yang konsisten dengan nilai-nilai tersebut. Dengan demikian tujuan pendidikan nilai meliputi tindakan mendidik yang berlangsung mulai dari usaha penyadaran nilai sampai pada perwujudan perilaku-perilaku yang bernilai (UNESCO, 1993).

Untuk mencapai tujuan tersebut, tindakan-tindakan pendidikan yang mengarah pada perilaku yang baik dan benar perlu diperkenalkan oleh para pendidik. Dalam gagasan pendidikan nilai, Kniker (1977: 205) mengembangkan strategi belajar nilai berdasarkan lima tahapan penyadaran nilai sesuai dengan jumlah huruf yang terkandung dalam kata *value*. Tahapan-tahapan itu adalah a) *value identification* (identifikasi nilai), tahap ini nilai yang menjadi target pembelajaran perlu diketahui oleh setiap siswa, b) *activity* (kegiatan), tahap ini peserta didik dibimbing untuk melakukan tindakan yang diarahkan pada penyadaran nilai yang menjadi target pembelajaran, c) *learning aids* (alat bantu belajar), benda yang dapat memperlancar proses belajar nilai, seperti cerita, film, atau benda lainnya yang sesuai dengan topik nilai, d) *unit interaction* (interaksi kesatuan), tahap ini melanjutkan tahapan kegiatan dengan semakin memperbanyak strategi atau cara yang dapat menyadarkan siswa terhadap nilai, e) *evaluation segment* (bagian penilaian), tahap ini diperlukan untuk memeriksa kemajuan belajar nilai melalui penggunaan beragam teknik evaluasi nilai. Strategi pembelajaran nilai ini yang akan digunakan untuk menjelaskan cara mengintegrasikan nilai-nilai kehidupan dalam pembelajaran nilai pada setiap penyajian mata pelajaran di kelas.

Untuk membangun pendidikan yang efektif, UNESCO (1991) menekankan pentingnya martabat manusia (*human dignity*) sebagai nilai tertinggi. Penghargaan terhadap martabat manusia dianggap sebagai nilai yang tidak terbatas dan dapat mendorong manusia untuk memilih nilai-nilai dasar yang berkisar di sekelilingnya bila diberikan kepada peserta didik melalui pendidikan nilai dapat membentuk karakter mereka. Nilai-nilai dasar ini, menurut UNESCO, meliputi:

1. Nilai dasar kesehatan. Nilai dasar ini berimplikasi pada kebersihan dan kebugaran fisik.
2. Nilai dasar kebenaran. Kebenaran berimplikasi pada upaya memperoleh pengetahuan secara terus menerus dalam segala hal. Siswa harus

mampu mengembangkan berpikir kritis dan kreatif agar mampu menghadapi tantangan dunia modern di masa mendatang.

3. Nilai dasar kasih sayang. Hakikat moral manusia berada dalam tempat yang paling utama yaitu dalam nilai kasih sayang. Nilai tersebut berimplikasi pada kebutuhan untuk memperoleh integritas pribadi, harga diri, kepercayaan diri, kejujuran, dan disiplin diri pada siswa.
4. Nilai dasar spiritual. Keberadaan siswa dipengaruhi oleh dimensi-dimensi transidental yang tingkat pemaknaannya bergantung pada pengalaman dan kesadaran pribadi masing-masing. Perwujudan dimensi spiritual ini adalah keimanan, sedangkan semangat keimanan itu disebut spiritualitas.
5. Nilai dasar tanggung jawab sosial. Dalam kehidupannya, siswa tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Interaksi yang dilakukan ditandai oleh adanya kepedulian terhadap orang lain, kebaikan antara sesama, kasih sayang, kebebasan, persamaan, dan penghargaan atas hak asasi sesamanya.
6. Nilai dasar efisiensi ekonomi. Nilai dasar perlu diajarkan agar siswa mau bekerja keras serta mampu memanfaatkan sumber daya alam secara kreatif dan imajinatif. Nilai dasar ini menekankan bahwa tujuan pendidikan harus diarahkan agar siswa mampu berkreasi menghasilkan barang yang berharga dan bermanfaat bagi kehidupannya.
7. Nilai dasar nasionalisme. Nilai dasar ini berarti cinta kepada negara dan bangsa. Rasa mencintai oleh setiap warga negara untuk mencapai suatu tujuan, yaitu membangun harga diri dan citra bangsa.
8. Nilai dasar solidaritas global. Nilai ini dapat dimiliki apabila pendidik dan siswa memiliki pemahaman yang cukup tentang dunia internasional. Nilai dasar solidaritas global ini penting mengingat tatanan kehidupan tidak lagi ditentukan oleh keadaan suatu bangsa. Dengan demikian, generasi pada masa yang akan datang diharapkan

mampu melakukan kerjasama untuk memperjuangkan perdamaian dan keadilan.

Sekolah sebagai institusi pendidikan harus berperan aktif menanamkan nilai-nilai kepada para peserta didik dan memberikan perhatian yang serius terhadap pendidikan nilai ini. Penerapan pendidikan nilai di sekolah harus melibatkan semua unsur yang terlibat di sekolah itu. Iklim sekolah harus memberi peluang terjadinya interaksi positif antara peserta didik dengan nilai-nilai yang akan diinternalisasikan, baik melalui keteladanan personal, diskusi, cerita maupun proses belajar mengajar dalam arti seluas-luasnya. Komunikasi pendidik dengan peserta didik harus baik yang didasari pada adanya penerimaan kedua belah pihak. Muatan komunikasi itu juga penting agar mengarah kepada nilai-nilai yang diinginkan.

Pendidikan nilai harus ditanamkan kepada peserta didik sebelum mereka mencapai usia akhir pembentukan kepribadian pada usia 20 atau 21 tahun. Jika melewati batas ini, sudah amat sulit memasukkan nilai-nilai karena harus membangun kembali kepribadian yang telah terbentuk (*reconstruction of personality*). Oleh sebab itu nilai-nilai kehidupan sudah terkristal dan terinternalisasi sejak kecil agar menjadi sikap hidup yang tak memerlukan lagi pengawasan dari luar diri individu.

C. Pendidikan Konsumen dan Nilai-Nilai Kehidupan Konsumen

Di Indonesia, pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah. Bannister (1996) mendefinisikan pendidikan konsumen sebagai berikut “*consumer education is the process of gaining the knowledge and skills to manage personal resources and to participate in social, political and economic decisions that affect individual well being and the public good*”. Berdasarkan definisi tersebut, pendidikan konsumen yang dimaksud adalah proses memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur sumber keuangan personal, melakukan tindakan terhadap faktor-faktor

yang mempengaruhi keputusan konsumen dan menjadi warga negara yang baik. Bila dicermati dalam membangun definisi tersebut, terdapat tiga klasifikasi konsep pendidikan konsumen yang dilibatkan yaitu: a) pilihan konsumen dan pembuatan keputusan, b) pengaturan keuangan personal, dan c) partisipasi warga negara dalam pangsa pasar (hak dan tanggung jawab konsumen).

Pendidikan konsumen didalamnya implisit terkandung nilai-nilai kehidupan yang berguna untuk diterapkan dalam menjalani kehidupan sehari-hari di masyarakat. Hal ini dikarenakan pendidikan konsumen dapat membekali seseorang untuk memiliki dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan dalam: 1) mengelola keuangan (terkandung nilai hemat, bertujuan, menghargai uang, kesadaran diri, bertanggung jawab) , 2) membuat keputusan untuk membeli (terkandung nilai teliti, mencari informasi, kritis, sederhana, produktif, nasionalis) dan 3) ikut berpartisipasi menjadi warga masyarakat yang bijaksana (terkandung nilai toleransi sosial, peka, sadar lingkungan, peduli, keadilan). Ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam mata pelajaran yang dipelajari di sekolah, dan ini penting untuk dimiliki oleh setiap manusia karena sejak lahir hingga akhir hayatnya selalu melakukan konsumsi untuk menopang kehidupannya. Pendidikan konsumen merupakan kebutuhan anak sekarang, oleh karenanya pendidikan ini bisa sebagai starting point untuk mensosialisasikan dengan mengembangkan konsep-konsep dasar pendidikan konsumen melalui sekolah.

D. Implementasi Strategi Pembelajaran Nilai Kehidupan Konsumen

Tujuan pendidikan nilai kehidupan konsumen adalah penanaman nilai-nilai kehidupan konsumen dalam diri peserta didik. Penanaman nilai dilakukan dengan mengintegrasikannya ke dalam pembelajaran pada mata pelajaran di sekolah melalui aspek nilai yang terkandung pada setiap materi

ajar yang relevan. Pengajarannya bertitik tolak dari nilai-nilai kehidupan konsumen sebagai berikut:

1. Nilai-nilai kehidupan diperoleh melalui tahapan identifikasi nilai (*value identification*) dengan cara menggali nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen. Melakukan identifikasi nilai berdasarkan hasil analisis refleksi terhadap kandungan nilai yang terdapat dalam klasifikasi konsep pendidikan konsumen. Agar dapat diyakini bahwa nilai tersebut sebagai dimensi pembentuk karakter, maka nilai-nilai hasil galian kemudian dikaitkan dengan dimensi nilai pembentuk karakter secara general dalam *Lesson Plans Character Education* dalam bentuk *Teaching Guides*.

Nilai-nilai kehidupan yang terkait dengan dimensi pembentuk karakter dipergunakan untuk menganalisis kandungan nilai dalam silabi dan bahan ajar mata pelajaran yang disampaikan oleh guru dalam materi pembelajarannya yang relevan. Nilai-nilai kehidupan hasil analisis guru inilah yang menjadi target pembelajaran untuk diketahui dan dimiliki oleh setiap peserta didik, melalui iintegrasikan dalam materi-materi pembelajaran berlangsung. Misalnya nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen berdasarkan hasil refleksi teridentifikasi nilai sebagai berikut: nilai kesadaran diri, Tanggung jawab, hemat, bertujuan, sederhana, teliti, peka, kritis, toleransi sosial, peduli, sadar lingkungan, produktif dan lain sebagainya. Tentunya penyusunan program perubahan atau pengembangan perilaku baru kepada anak harus dikemas dalam rencana pelaksanaan pembelajaran sebagai perangkat pembelajaran guru.

2. Kegiatan (*activity*) pembelajaran nilai kehidupan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan strategi sebagai berikut:
 - a. Strategi analisis pengembangan kurikulum; pelaksanaan pendidikan nilai di sekolah tidak harus melalui perubahan kurikulum atau bukan merupakan suatu tambahan pada

kurikulum yang ada. Pelaksanaan pendidikan nilai dapat diintegrasikan pada kurikulum yang berlaku saat ini. Ini dapat disiasati dengan mengorientasikan kurikulum pada pengembangan pendidikan nilai, bersamaan dengan pembahasan mata pelajaran. memperkuat bidang-bidang pembelajaran afektif maupun pembelajaran kognitif dengan mengintegrasikan pengajaran nilai-nilai, pengembangan karakter, kesadaran diri, dan keterampilan-keterampilan berpikir kritis di seluruh kurikulum,

- b. Strategi pemilihan metode pembelajaran; banyak metode yang dapat digunakan dalam pembelajaran nilai kehidupan melalui mata pelajaran. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk pembelajaran pendidikan nilai antara lain: metode demokrasi, pencarian bersama, keteladanan, *live in*, dan penjernihan nilai (Suparno, 2002: 64). Metode metode yang cocok untuk pembelajaran nilai yang diintegrasikan dalam mata pelajaran adalah metode kontekstual dengan berbagai kisah kehidupan dan cerita untuk didiskusikan dalam kelas. Prinsip pengembangan metode dalam pembelajaran nilai dengan model terintegrasi, antara lain 1) melibatkan siswa secara aktif dalam perencanaan, pengarahannya, dan evaluasi belajar, 2) mengidentifikasi dan membangun minat serta pengalaman peserta didik, 3) mengaitkan pengetahuan teoritik dengan praktik, nilai sosial, pengalaman di sekolah, dan materi pada pelajaran lain, 4) mendorong siswa untuk mengungkapkan dan mendiskusikan keyakinan-keyakinan ilmiahnya dengan teman sebaya, pendidik, atau dengan orang lain yang berkompeten, 5) menyediakan lingkungan agar peserta didik dapat mengekspresikan dirinya, menemukan bantuan ketika menghadapi persoalan belajar,

mencoba sejumlah keterampilan dan pemecahan, serta belajar dari kesalahan atau keberhasilannya.

- c. Strategi Kegiatan Kurikuler dan Ekstra Kurikuler; Strategi pembelajaran nilai di sekolah dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler. Secara kurikuler, semua pendidik di sekolah, terutama para guru, harus jeli melihat peluang. Adapun ekstra kurikuler dengan memberikan beberapa tugas mengelola keuangan bidang kegiatan atau tugas mengkaji film atau buku cerita yang memuat tentang pembelajaran nilai. Para guru dapat menyisipkan pembelajaran nilai dalam bidang studi yang diajarkannya dengan menggunakan aktivitas reflektif dan memaknai tentang nilai-nilai. Pendekatan ini didasarkan bahwa orang dewasa memiliki kewajiban untuk mengajarkan nilai-nilai moral secara langsung kepada anak-anak, sehingga mereka dapat membentuk perilaku anak-anak dan membantu mereka untuk mengembangkan kebiasaan-kebiasaan yang baik. Kegiatan ini memerlukan kejelian dan kreativitas seorang guru agar pembelajaran tersebut menjadi suatu proses yang menarik. Proses penanaman nilai mengacu pada tahapan pendidikan karakter yang melibatkan aspek pengetahuan tentang moral (*moral knowing*), perasaan tentang moral (*moral feeling*), dan perbuatan bermoral (*moral action*). Hal ini diperlukan agar manusia mampu memahami, merasakan, dan sekaligus mengerjakan nilai-nilai kebajikan yang akan menjadi kebiasaan (karakter),
- d. Strategi Modifikasi Perilaku; pola perkembangan kepribadian berkaitan dengan pola asuh orang tua dan pendidik. Pola hubungan orang tua dengan anak dapat diadopsi oleh pendidik yang berperan sebagai orang tua bagi anak di sekolah untuk mengembangkan kepribadian anak. Pendidik memiliki banyak

kesempatan untuk melakukan pembinaan sikap, pribadi, dan perilaku anak. Hal itu karena anak tinggal di sekolah rata-rata 6 jam sehari. Oleh karena itu, pendidik memiliki waktu untuk mengawasi perilaku anak. Dengan demikian, kerja sama yang baik antara orang tua dengan guru akan sangat mendukung pengembangan sikap, pribadi, dan perilaku anak ke arah positif. Orang tua dapat meminta bantuan guru untuk membantu mengubah perilaku anak yang tidak disukai. Yang penting ada kesepakatan nilai dan norma antara sekolah dan orang tua,

- e. Strategi Pengembangan Evaluasi; terdapat sejumlah evaluasi yang dapat dikembangkan untuk mengidentifikasi kadar nilai dalam pembelajaran. Pada dasarnya, tidak ada satu jenis evaluasi pun yang sempurna untuk semua jenis nilai yang akan diidentifikasi. Menurut Rohmat Mulyana (2004: 186), sistem evaluasi untuk mengidentifikasi kadar nilai menggunakan berbagai cara evaluasi. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam mengevaluasi perolehan nilai pada peserta didik dalam pembelajaran terintegrasi antara lain: 1) laporan diri (*self report*), strategi ini biasa digunakan untuk mengidentifikasi keadaan nilai dengan cara mengumpulkan data melalui angket, 2) tes situasional, yaitu tes yang menempatkan peserta didik dalam peran-peran simulasi terhadap pengalaman yang berhubungan dengan situasi kehidupan nyata, 3) proyeksi yang tidak terstruktur, peserta didik diajak untuk mempersepsikan dan menginterpretasikan materi yang akan merefleksikan aspek fundamental nilai. Ketiga strategi tersebut dapat dikembangkan dengan menggunakan teknik skala sikap, angket, observasi, test melengkapi kalimat, analisis gambar, inventori dan ceklis.

3. Dalam mengemas pembelajaran nilai perlu menggunakan alat bantu belajar (*learning aids*) yaitu benda yang dapat memperlancar proses belajar nilai, seperti cerita, film, buku cerita atau benda lainnya yang sesuai dengan topik nilai. Cerita yang dikemas mengandung unsur pembelajaran nilai kehidupan konsumen yang akan ditanamkan. Tokoh-tokoh dalam cerita menggunakan figure yang sedang trend yang diidolakan sesuai dengan dunia anak. Setiap akhir dari suatu cerita hendaknya disertai dengan aktivitas reflektif pemilihan nilai kehidupan konsumen oleh peserta didik agar guru dapat mengkaji sejauhmana peserta didik telah memiliki nilai-nilai yang ditanamkan tersebut.
4. *Unit interaction* (interaksi kesatuan), tahap ini melanjutkan tahapan kegiatan dengan semakin memperbanyak strategi atau cara yang dapat menyadarkan siswa terhadap nilai. Misalnya dengan menggunakan bermain peran berdasarkan fenomena perilaku konsumsi yang terjadi pada masyarakat. Pada setiap kegiatan hendaknya peserta didik diberi kesempatan untuk melakukan refleksi terhadap nilai-nilai yang telah diperoleh dan mereka diajak berdiskusi tentang implementasi nilai-nilai yang telah mereka miliki. Hendaknya sepuluh menit diakhir pembelajaran, guru menyelenggarakan diskusi dan refleksi terhadap penanaman nilai yang sudah dilakukan melalui materi yang disajikan.
5. *Evaluation segment* (bagian penilaian), tahap ini diperlukan untuk memeriksa kemajuan belajar nilai melalui penggunaan beragam teknik evaluasi nilai. Ketika melakukan penilaian, dapat menggunakan alat bantu instrumen untuk mempermudah guru melakukan observasi atau pengamatan terhadap terjadinya pembentukan karakter peserta didik. Perwujudan karakter yang ditampilkan peserta didik dapat memberikan jawaban guru bahwa penanaman nilai-nilai kehidupan sudah terinternalisasi oleh mereka.

SIMPULAN

Berbagai pendekatan maupun strategi pembelajaran nilai yang berkembang mempunyai aspek penekanan yang berbeda, serta mempunyai kekuatan dan kelemahan yang relatif berbeda pula. Berbagai metode pembelajaran yang digunakan oleh pendekatan pembelajaran nilai kehidupan konsumen yang berkembang dapat digunakan juga dalam pelaksanaan pembelajaran nilai-nilai pembentuk karakter lainnya. Hal tersebut sejalan dengan pemberlakuan kurikulum berbasis kompetensi yang proses pembelajarannya memadukan ranah kognitif, afektif, dan psikomotor. Pelaksanaan pembelajaran nilai-nilai kehidupan perlu disertai dengan keteladanan guru, orang tua, dan orang dewasa pada umumnya. Lingkungan social yang kondusif bagi para peserta didik, baik dalam keluarga, di sekolah, dan masyarakat juga memberikan kontribusi positif dalam penerapan pendidikan nilai kehidupan konsumen secara holistic.

REFERENSI

- Kerka, S. (1993). Consumer education for high school students. *Trend and Issues* Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari <http://eric.uoregon.edu/trendsissues/choice/selectedabstracted/research.html>
- Knapp, J. P. (1991). The Benefits of Consumer Education A Survey Report. *Publication*. Artikel. Diambil pada tanggal 15 Agustus 2002, dari <http://Search.thegateway.org/query.html>.
- Kniker, C.R. (1977). *You and values education*. Ohio: Charles E. Merrill Publishing Company
- Lickona, T. (1992). *Educating for character, how our schools can teach respect respect and responsibility*. New York: Bantam Books.
- Mulyana, Rohmat. (2004). *Mengartikulasikan pendidikan nilai*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarminta. (2002). Pendidikan dan pembentukan watak yang baik. Dalam Tilaar. *Pendidikan untuk masyarakat Indonesia Baru*. 455-459 Jakarta: Grasindo.
- Suparno. (2002). *Pendidikan budi pekerti di sekolah: Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.