

PERAN PENDIDIKAN SEBAGAI MODAL UTAMA MEMBANGUN KARAKTER BANGSA

**Hari Adi Rahmad<sup>1</sup>, Dodi<sup>3</sup>**

**Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Meranti**

**Desa Bagan Melibur Kecamatan Merbau Kabupaten Kepulauan Meranti**

**email: ernalestarirambe@gmail.com**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengembangkan nilai-nilai kehidupan sebagai dimensi pembentuk karakter; (2) menelaah perolehan dimensi pendidikan nilai melalui faktor-faktor lingkungan; dan (3) mengungkap pencapaian pembentukan karakter melalui faktor lingkungan dan implementasi pendidikan nilai dalam mata pelajaran/kurikulum. Penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif berdasarkan hasil evaluasi reflektif para guru mata pelajaran PKN, IPS, dan PKK dan siswa SMP di Kabupaten Kepulauan Meranti. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif, regresi dan t-test. Kesimpulan yang diperoleh adalah (1) guru menemukan 17 nilai-nilai kehidupan (pendidikan nilai) yang ter- kandung dalam konsep pendidikan konsumen yang merupakan dimensi pembentuk karakter; (2) siswa menjelaskan bahwa pendidikan nilai yang diperoleh dari keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media masa cenderung cukup baik; dan (3) pendidikan nilai melalui keluarga, teman sebaya, dan media massa berpengaruh terhadap pembentukan karakter peserta didik, namun melalui sekolah tidak berpengaruh terhadap pembentukan karakter. Pembelajaran dengan menggunakan intervensi buku cerita pembelajaran nilai-nilai kehidupan dapat membentuk karakter siswa. Dalam silabus dan buku ajar terkandung sedikit dimensi pendidikan nilai.

**Kata Kunci: pendidikan nilai, pembentukan karakter, karakter bangsa**

## PENDAHULUAN

Dewasa ini banyak pihak menuntut peningkatan intensitas dan kualitas pelaksanaan Pendidikan Nilai pada lembaga pendidikan formal. Tuntutan tersebut didasarkan pada fenomena sosial yang berkembang, yakni kekerasan yang ditunjukkan oleh kenakalan remaja dalam masyarakat seperti perkelahian massal, perusakan lingkungan hidup, dan korupsi merupakan tiga contoh permasalahan yang semakin lama dirasakan sebagai permasalahan yang paling banyak terjadi di Indonesia.

Permasalahan kemampuan sosial sangat mengemuka manakala perilaku materialisme yang menganggap bahwa seolah-olah materi, benda, dan uang adalah segalanya. Perilaku materialistik ini dapat mengancam terkikisnya nilai-nilai kehidupan manusia, misalnya nilai keimanan, kejujuran, ketertiban, kendali diri, pengorbanan, tanggung jawab, dan kebersamaan. Fenomena perilaku materialistik ini dapat meruntuhkan nilai-nilai kesantunan, tepat waktu, amanah, empati, hormat pada perbedaan pendapat, dan hormat pada orang lain. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat, terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja di kota-kota besar, yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.

Perilaku seseorang ditentukan oleh faktor lingkungan dengan landasan teori kondisioning ada fungsi bahwa karakter ditentukan oleh lingkungan. Seseorang akan menjadi pribadi yang berkarakter apabila dapat tumbuh pada lingkungan yang berkarakter. Tentunya ini memerlukan usaha secara menyeluruh yang dilakukan semua

pihak: keluarga, sekolah, dan seluruh komponen yang terdapat dalam masyarakat.

Untuk mengantisipasi, perlu dibangun *character building* yang didasari dengan nilai-nilai moral kemanusiaan di kalangan masyarakat, baik sebagai individu maupun kelompok. Nilai-nilai moral yang kokoh dan etika standar yang kuat sangat di perlukan bagi individu maupun masyarakat melalui pendidikan nilai pada proses pendidikan, khususnya di sekolah secara eksplisit (terencana), terfokus, dan kompre hensip untuk menghadapi tantangan-tantangan masa depan agar pembentukan masyarakat yang berkarakter dapat terwujud sehingga terhindar dari perilaku materialistik dan konsumtif.

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

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.

Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan siswa untuk menggunakan uang dengan baik, tetapi pada kenyataan pendidikan konsumen juga mengandung banyak nilai. Ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Knapp (1991:3) bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai implisit yang patut ditumbuhkembangkan pada siswa, seperti: memiliki kesadaran akan diri sendiri (misalnya tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan), memiliki tanggung jawab (misalnya kesadaran membayar rekening), menjadi hemat, hidup sederhana (misalnya menabung), menjadi lebih bijaksana (misalnya memilih ketika membeli), dan memiliki perencanaan (misalnya menganggarkan uang) dalam kehidupannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengembangkan dimensi pembentuk karakter, yaitu nilai-nilai kehidupan dalam pendidikan konsumen; (2) menelaah perolehan dimensi pendidikan nilai sebagai pembentuk karakter melalui faktor-faktor lingkungan; (3) mengungkap pencapaian pembentukan karakter melalui faktor-faktor lingkungan dan implementasi pendidikan nilai dalam mata pelajaran/kurikulum. Penelitian ini penting untuk dilaksanakan karena dapat menambah pemahaman para guru tentang pengembangan kurikulum menuju *integrated learning*, dan pengembangan sekolah sebagai pusat budaya yang kuat dalam pembentukan karakter bangsa. Oleh karena itu, diharapkan hasil penelitian ini memberikan wacana baru dalam merekonstruksi mata pelajaran mulai dari pengembangan konstruk, pembuatan

modul pembelajaran nilai, dan proses penilaian.

Dengan demikian, pendidikan konsumen dilakukan untuk mengetahui peran sekolah sebagai wadah pembentukan karakter melalui pembelajaran pendidikan nilai, serta untuk mendukung dan memperluas program Pendidikan Karakter Bangsa yang sudah dirintis. Salah satu tahapan perkembangan yang dilalui seorang individu adalah masa remaja. Hal ini sesuai dengan subjek penelitian ini. Studi tentang masa remaja menjadi sangat penting karena tahap perkembangan tersebut penuh dengan dinamika dan gejolak, serta mempunyai ciri yang berbeda bila dibandingkan dengan masa perkembangan individu pada masa balita, anak, dewasa dan lanjut usia. Dalam rangkaian proses perkembangan individu, remaja tidak mempunyai tempat yang jelas, tidak lagi termasuk golongan anak, tetapi belum termasuk golongan orang dewasa (Monks, dkk. 2002:259). Perkembangan dalam masa remaja berlangsung antara umur 12 dan 21 tahun, dengan pembagian 12-15 tahun: masa remaja awal, 15-18 tahun: masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun: masa remaja akhir.

Menurut Papalia dan Wendkos (1998:12) masa remaja awal adalah masa perubahan atau masa pertumbuhan dengan proses hormonal yang mempengaruhi penampilan dan perubahan secara fisik. Pendapat lain dikemukakan oleh Fishbein (1978:7) bahwa remaja itu ditandai dengan datangnya masa pubertas, dan bersamaan dengan itu terjadi pula pertumbuhan fisik, dan timbul gejolak-gejolak kejiwaan. Nilai-nilai pada diri manusia dapat dilihat dari tingkah laku. Para filosof lebih tertarik untuk membedakan nilai, misalnya, membedakan nilai perilaku dalam konteks nilai antara

(*means values*) dan nilai akhir (*end values*) (Kirschenbum, 1992:87). Sementara itu, Rokeach menggunakan istilah yang berbeda dalam menyebut nilai antara sebagai nilai *instrumental* dan nilai akhir sebagai nilai *terminal*.

Nilai yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah nilai pada tataran moral, yakni nilai yang dekat dengan wilayah nilai etika (baik-buruk). Nilai moral ini memiliki kualitas baik-buruk yang sudah dimanifestasikan dalam tindakan sebagai adat kebiasaan seseorang. Nilai moral ini diyakini dapat mendasari prinsip dan norma yang memandu sikap dan perilaku dalam hidup sebagai pembentuk karakter seseorang. Kualitas seseorang ditentukan oleh nilai yang dihayati dan digunakan sebagai pemandu sikap dan perilakunya. Watak atau karakter dan kepribadian seseorang dibentuk oleh nilai-nilai yang dipilih, diusahakan, dan secara konsisten diwujudkan dalam tindakan. Pendidikan yang membentuk karakter seseorang dapat diupayakan melalui pendidikan nilai di keluarga, sekolah, dan masyarakat sebagai suatu proses pembudayaan.

Di Indonesia, pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah, namun ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam pembelajaran mata pelajaran di sekolah. Setelah dilakukan pemerhatian banyak nilai-nilai moral yang terkandung dalam konsep pendidikan konsumen, yang kemudian akan dikembangkan melalui refleksi para guru dan peserta didik. Peningkatan kesadaran konsumen untuk remaja awal, bisa diajarkan melalui tiga mata pelajaran yang terdapat di dalam kurikulum SMP, yaitu mata pelajaran IPS bidang ekonomi, PKn, dan Keterampilan PKK.

Pendidikan nilai tidak hanya dapat dilakukan di sekolah, tetapi dapat juga dilakukan di keluarga dan masyarakat yang mencakup teman sebaya dan media massa. Banyak penelitian yang terkait dengan lingkungan dan pembentukan karakter. Penelitian yang dilakukan oleh Alit (2003), Koyan (2001), Bulach (2002), Hendrix dkk. (2004) menyimpulkan bahwa lingkungan sangat mempengaruhi pembentukan karakter anak usia sekolah.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil refleksi guru melalui kegiatan FGD, teridentifikasi 17 nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen. Nilai-nilai kehidupan tersebut berketerkaitan dengan seluruh dimensi pembentuk karakter, yaitu: nilai kesadaran diri dan tanggung jawab dengan *nilai kepercayaan*; nilai bijaksana dan toleransi sosial dengan *nilai menghargai orang*; kesadaran diri, tanggung jawab, menghargai uang dan nasionalisme dengan *tanggung jawab*; nilai bijaksana dan keadilan dengan *nilai keadilan*; nilai toleransi sosial, peduli dan sadar lingkungan dengan *nilai kepedulian*; nilai tanggung jawab dan nasionalisme dengan *nilai kewarganegaraan*; nilai tanggung jawab dengan *nilai kejujuran*; nilai kritis dengan *nilai keberanian*; nilai kesadaran diri, tanggung jawab, hemat, teliti, produktif dan menghargai uang dengan *nilai kerajinan*; kesadaran diri dan tanggung jawab dengan

*nilai totalitas*. Ketujuhbelas sistem nilai tersebut, dapat dicermati dalam Tabel 1.

Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen sebagai suatu kebutuhan untuk diberikan kepada peserta didik. Menurut para guru, sebagian nilai-nilai kehidupan tersebut sudah diintegrasikan ke dalam mata pelajaran, khususnya: PKN, IPS bidang ekonomi, PKK.

### **Perolehan Pendidikan Nilai melalui Faktor Lingkungan**

Pendidikan nilai yang telah diperoleh siswa melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa termasuk kategori cukup baik. Pendidikan nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana, dan menghargai uang menurut siswa sering diperoleh melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Evaluasi reflektif para guru menemukan

17 nilai-nilai kehidupan (dimensi pendidikan nilai) yang termuat dalam konsep pendidikan konsumen dan berkaitan dengan dimensi pembentuk karakter.

2. Pendidikan nilai yang diperoleh dari lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media masa cenderung cukup baik.

3. Faktor lingkungan memberikan pengaruh positif yang signifikan pada pembentukan karakter bila pendidikan nilai dari faktor-faktor tersebut diperoleh secara bersama-sama. Secara partial keluarga, teman sebaya dan media masa memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pembentukan karakter

siswa, sedangkan sekolah tidak berpengaruh terhadap pembentukan karakter. Skor pembentuk karakter siswa dalam kelas-kelas yang diberi buku cerita pembelajaran nilai lebih tinggi dari pada kelas-kelas yang tidak diberi buku cerita. Dalam silabus dan buku ajar terkandung sedikit dimensi sistem nilai kehidupan konsumen.

### **Saran**

Untuk meningkatkan kualitas pembentukan karakter siswa melalui pendidikan, disarankan upaya-upaya antara lain sebagai berikut.

- 1) Untuk memiliki daya pendorong dalam hidup maka pembelajaran nilai perlu diberikan sejak dini dengan secara sadar dirancang dan dikelola secara eksplisit, terfokus dan komprehensif

agar dalam proses pembelajaran terjadi proses pembentukan karakter yang baik.

- 2) Guru merancang secara khusus kurikulum yang memuat pendidikan karakter di sekolah. Hal ini tidak berarti harus dalam bentuk mata pelajaran, tetapi dapat berbentuk pemberian tugas, misalnya memberikan tugas kepada siswa untuk membaca buku cerita tentang pembelajaran nilai. Melakukan aktivitas refleksi pemaknaan nilai pada setiap materi pelajaran yang terkait.

3) Meningkatkan kesadaran diri guru dan kepala sekolah. Guru selalu dengan rela menanamkan pendidikan nilai kepada siswa secara terus menerus dengan mengaitkan nilai secara terstruktur pada materi pelajaran yang dirancang dan dilaksanakannya, sedangkan kepala sekolah secara terus menerus memantau mereka.

4) Memperbanyak bentuk-bentuk pelatihan pembelajaran yang mampu meningkatkan kreativitas guru dalam mengembangkan dan melaksanakan pembelajaran yang mengandung nilai-nilai konsumen, mulai dari

isi materi, strategi pembelajaran, merencanakan skenario pembelajaran, dan melakukan evaluasi. Hal ini sejalan dengan diterapkannya Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) yang memberikan peluang yang lebih banyak kepada guru untuk berkreasi.

5) Mendayagunakan keluarga sebagai konteks aktif dan fungsional dalam pembelajaran nilai, agar kondusif bagi anak-anaknya dalam membangun pembentukan karakter.

6) Mendayagunakan sekolah, teman sebaya, dan media massa agar mampu melaksanakan pembelajaran nilai-nilai kehidupan konsumen.

7) Mendayagunakan pengarang buku mata pelajaran agar mampu berperan dalam penanaman pembelajaran nilai kepada siswa, dan melibatkan anak pada kelompok organisasi yang baik dan sehat.

8) Para peneliti lain perlu mengembangkan makna sistem nilai yang lebih jelas menurut kondisi siswa dengan mendefinisikan secara rinci dimensi sistem nilai dan makna sistem nilai, mengeksplorasi variabel-variabel lain untuk mengungkap pendidikan nilai, dan melakukan penelitian yang lebih lama untuk mengungkap hasil penelitian ini secara mendalam

DAFTAR PUSTAKA

Alit, D.M. 2003. "Kontribusi Faktor Lingkungan Sekolah, Lingkungan Keluarga, dan Motivasi Berprestasi terhadap Nilai Modern Siswa Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) di Kabupaten Gianyar, Bali". *Jurnal Penelitian dan Evaluasi*, Nomor 6. Tahun V. 2003 hlm. 13-44.

Bulach, C.R. 2002. "Implementing a Character Education Curriculum and Assessing its Impact on Student Behavior". *The Clearinghouse. Washington*; Nov/Dec 2002. Vol 76, Iss pg. 79, 5pgs.

Hardjana, A. 1996. "Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota di Negara Berkembang". dalam Sofyan Effendi, Sjafrin Sairin, M. Alwi Dahlan (Eds.), *Membangun Martabat Manusia; Peranan Ilmu-ilmu Sosial dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

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>.

Koyan, I.W. 2001. "Kontribusi Tripusat Pendidikan dan Religiusitas dalam Pembentukan Sikap terhadap Perilaku Disiplin". *Jurnal Kependidikan, nomor 1, Tahun XXXI, 2001 (Edisi Khusus Dies)* hal 1-18.

Megawangi, Ratna. 2004. *Pendidikan Karakter Solusi yang Tepat untuk Membangun Bangsa*. Jakarta: Star Energy (Kakap) Ltd.

Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Haditono, S.R.

2002. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam berbagai Bagianannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Papalia, D.E., & Wendkos-Olds, S. 1998.

*Human Development*. New York: McGraw-Hill.

Santrock, J.W. 1998. *Adolescence* (edisi ke-7).

New York: McGraw-Hill.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

William Hendrix, Christopher J Luedtke, Cassie b Barlow. 2004. "Multimethod Approach for Measuring Changes in Character". *Journal of Research in Character Education*. Greenwich; 2004. Vol.2, Iss. 1; pg. 59, 22 pgs.

Zebua, A. S. 2001. "Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri", *Phronesis*, Volume 3, Nomor 1, hlm.72-82.

Zuchdi, D. 2006. *Pendidikan Karakter melalui Pengembangan Keterampilan Hidup (Life Skills Development) dalam Kurikulum Persekolahan*. Laporan Penelitian Hibah Penelitian Tim Pascasarjana. Yogyakarta: Program Pascasarjana UNY.