

**PEMBENTUKAN KARAKTER REMAJA AWAL MELALUI
PENDIDIKAN NILAI YANG TERKANDUNG DALAM
PENDIDIKAN KONSUMEN: KAJIAN EVALUASI REFLEKTIF
KURIKULUM SMP DI YOGYAKARTA**

*Oleh:
Sri Wening*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan: mengembangkan dimensi pembentuk karakter nilai-nilai pada pendidikan konsumen, mengeksplorasi dimensi pendidikan nilai, mengetahui faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh, dan pencapaian pembentukan karakter remaja melalui pendidikan konsumen.

Penelitian evaluasi reflektif ini membandingkan pendidikan nilai dari berbagai kurun waktu. Pendekatan yang digunakan adalah *expost facto* model kausal komparatif. Partisipan penelitian diambil secara acak, yang terdiri dari 15 guru PKn, 15 guru IPS Ekonomi, dan 9 guru PKK serta 744 siswa dari 39 kelas pada 10 SMP di Kodya Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif, regresi, analisis jalur, dan *t-test*.

Temuan penelitian adalah sebagai berikut: (1) ada 17 nilai kehidupan dalam konsep pendidikan konsumen yang berkaitan dengan dimensi pembentuk karakter; (2) pendidikan nilai dirasakan sangat penting untuk dimiliki; (3) faktor lingkungan bersama dengan pendidikan konsumen berpengaruh signifikan pada pembentukan karakter siswa; dan (4) pembentukan karakter siswa dalam kelas-kelas melalui buku cerita lebih berpengaruh dibanding tanpa diberi buku cerita.

Kata kunci: *pembentukan karakter, pendidikan konsumen, evaluasi reflektif.*

Pendahuluan

Menjamurnya *supermarket* dan *shopping center* pada hampir semua kota, serta semakin gencarnya iklan promosi, mempengaruhi perilaku dan daya beli konsumen. Perilaku seseorang ditentukan oleh lingkungan, artinya seseorang akan menjadi pribadi yang berkarakter apabila tumbuh pada lingkungan yang berkarakter. Oleh karena itu, untuk membentuk pribadi yang berkarakter, diperlukan usaha semua pihak: keluarga, sekolah dan seluruh komponen yang terdapat dalam masyarakat.

Untuk itu, perlu dibangun *character building* yang didasari nilai-nilai moral kemanusiaan di kalangan masyarakat, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Nilai-nilai moral yang kokoh dan etika standar yang kuat amat diperlukan bagi individu ataupun masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan nilai pada proses pendidikan, khususnya di sekolah secara terencana, terfokus dan komprehensif agar pembentukan masyarakat yang berkarakter dapat terwujud.

Fromm (Zebua, 2001: 2) mengemukakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu, tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Pendapat tersebut menyiratkan bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis. Perilaku membeli kurang tepat. Perilaku membeli yang kurang tepat ini tidak hanya pada orang tua, tetapi juga remaja.

Untuk mengatasi hal itu, langkah mendesak yang harus dilakukan adalah melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan kepada masyarakat/remaja. Penting sekali untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar mereka mampu mengelola uang atau memiliki kecerdasan finansial, pola konsumsi, serta memiliki kedudukan tinggi sebagai konsumen yang sesungguhnya. Hal ini merupakan hak konsumen seperti yang tertuang di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 4).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Bannister (Kerka, 1993: 2) menunjukkan bahwa pendidikan konsumen yang merupakan proses

pembelajaran dalam mengatur keuangan personal dan pembuatan keputusan, sangat penting diterapkan dalam lingkungan yang menantang seperti saat ini.

Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan konsumen diharapkan mampu mendorong proses pembudayaan yang dapat membentuk watak baik konsumen di masyarakat. Ini sejalan dengan hasil survei Knapp (1991: 3) yang menemukan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung makna nilai-nilai implisit yang patut ditumbuhkembangkan pada siswa yakni memiliki kesadaran akan diri sendiri sehingga mereka mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki tanggung jawab.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan September 2003 telah dikembangkan program Pendidikan Karakter Bangsa pada 10 SLTP oleh Dinas Pendidikan. Pemilihan SLTP tersebut berdasarkan kriteria sekolah yang berada pada lingkungan kritis ditinjau dari pengaruh budaya serta banyak dikunjungi orang (tempat wisata, tempat hiburan). Kenyataannya, sampai saat ini baru diujicobakan Pendidikan Karakter Bangsa di 3 SLTP, yaitu: SLTPN2 Prambanan, SLTPN2 Panjatan, dan SLTPN2 Pundong. Dengan demikian, untuk mengetahui peran sekolah sebagai wadah pembentukan karakter siswa melalui pembelajaran pendidikan nilai, serta untuk mendukung dan memperluas program Pendidikan Karakter Bangsa yang sudah dirintis, maka perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam.

Salah satu tahapan perkembangan yang dilalui seorang individu adalah masa remaja. 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 (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 gejala-gejala kejiwaan.

Nilai-nilai pada diri manusia dapat dilihat dari tingkah laku atau hasil 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 (1973: 79) menggunakan istilah yang berbeda dengan menyebutkan 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 hidupnya 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 dipilihnya, 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 mata pelajaran yang dibelajarkan di sekolah. Setelah dilakukan pencermatan, nilai-nilai moral yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang diolah dari konsep-konsep pendidikan konsumen adalah sebagai berikut.

Tabel 1
Nilai-nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen

Nilai Moral dalam Cakupan Luas	Tujuan
1. Kesadaran diri sendiri	Untuk menanamkan kesadaran membeli dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan barang yang dikonsumsi.
2. Tanggung jawab	Untuk mengembangkan kemampuan mengenal kehidupan suatu masyarakat dan menyadari saling ketergantungan kehidupan sosial, misal membayar pajak, rekening, iuran, dll.
3. Hemat	Untuk mendorong penggunaan sumber-sumber secara efisien dari pada memboroskan, dan menerapkan hidup hemat dan sederhana dalam perilaku konsumsi dengan menabung.
4. Bijaksana	Untuk menanamkan kemampuan memilih barang dan jasa konsumsi pada tingkat harga dan jaminan mutu yang setara dan sesuai dengan kebutuhan.
5. Bertujuan	Untuk mengembangkan kepedulian terhadap urusan uang dan pengetahuan tentang penggunaan uang secara bijaksana dengan membuat anggaran.
6. Teliti	Untuk menanamkan kemampuan melihat dan memeriksa barang dalam perilaku konsumsi.
7. Berusaha cari informasi	Untuk mengembangkan kemampuan memperoleh informasi untuk keperluan memilih dan membeli.
8. Toleransi sosial	Untuk mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada terhadap segala akibat yang ditimbulkan oleh pola konsumsi terhadap orang lain terutama kelompok nirdaya.

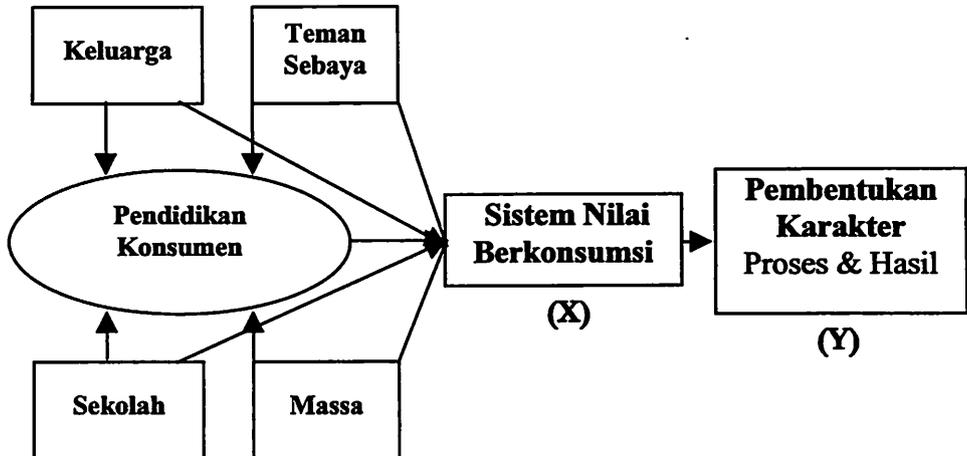
Nilai Moral dalam Cakupan Luas	Tujuan
9. Peka	Untuk mengembangkan kemampuan tanggap terhadap segala perubahan yang terjadi di pangsa pasar dalam perilaku konsumsi.
10. Kritis	Untuk mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada dan kritis terhadap harga dan mutu suatu barang dan jasa yang digunakan.
11. Peduli	Untuk mengembangkan kemampuan kesetiakawanan dengan berhimpun bersama sebagai konsumen untuk menghimpun kekuatan dan pengaruh demi memperjuangkan dan melindungi kepentingan bersama, hal ini menyangkut nilai uang terhadap barang dan nilai manusia.
12. Keadilan	Untuk mengembangkan kemampuan memperjuangkan keadilan sesama konsumen terutama pihak yang nirdaya, sehingga membantu menciptakan masyarakat adil, lebih terbuka dan rasional.
13. Sadar lingkungan	Untuk mengembangkan pemahaman terhadap segala akibat tindakan konsumsi terhadap lingkungan, menghemat sumber daya alam dan melindungi bumi demi generasi mendatang.
14. Berusaha/ produktivitas	Untuk mengembangkan kemampuan memanfaatkan barang bekas dan berusaha untuk membuat sendiri dengan menggunakan biaya murah, higienis, aman.
15. Menghargai nilai uang	Untuk menanamkan pemahaman untuk menghargai barang yang dimiliki dengan merawat barang tersebut.
16. Sederhana	Untuk menanamkan pemahaman untuk hidup wajar tidak berlebihan.

Nilai Moral dalam Cakupan Luas	Tujuan
17. Nasionalisme	Untuk menanamkan pemahaman agar menghargai dan mencintai serta memiliki kebanggaan terhadap barang-barang yang diproduksi oleh bangsa sendiri

Peningkatan kesadaran konsumen untuk remaja awal, dapat diajarkan melalui tiga mata pelajaran yang terdapat di dalam kurikulum SMP, yaitu mata pelajaran IPS bidang ekonomi, mata pelajaran PKn, dan mata pelajaran keterampilan PKK.

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

Dari kajian teori dan hasil penelitian di atas, paradigma hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Paradigma Hubungan Antarvariabel

Dari uraian dan paradigma hubungan antara variabel di atas, penelitian ini mengajukan pertanyaan sebagai berikut.

1. Menurut refleksi guru, dimensi pembentuk karakter manakah yang mampu dikembangkan melalui nilai-nilai kehidupan konsumen?
2. Menurut evaluasi reflektif yang dilakukan terhadap pengalaman siswa, dimensi pembentuk karakter manakah yang dapat dicapai melalui keluarga, pendidikan di sekolah, lingkungan teman sebaya, dan media massa?
3. Dalam konteks silabi/kurikulum berorientasi *life skills* di sekolah, bagaimanakah keterkaitannya dengan pendidikan nilai sebagai dimensi pembentuk karakter?
4. Apakah ada kesesuaian pendidikan nilai dalam buku ajar yang tersedia?
5. Seberapa intensif proses pendidikan nilai diintegrasikan dalam mata pelajaran oleh pendidik?
6. Apakah ada pengaruh intervensi (buku cerita pembelajaran nilai) terhadap pembentukan karakter?

7. Menurut evaluasi reflektif yang dilakukan terhadap pengalaman siswa, seberapa jauh internalisasi pendidikan nilai dimiliki oleh peserta didik setelah proses pembelajaran?

Selain beberapa pertanyaan, penelitian ini juga mengajukan hipotesis sebagai berikut.

1. Pembentukan karakter remaja awal dipengaruhi oleh persepsi siswa terhadap pentingnya sistem nilai/pendidikan nilai menurut siswa.
2. Pembentukan karakter remaja awal dipengaruhi oleh persepsi siswa terhadap pentingnya sistem nilai dan juga dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh secara bersama-sama melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa .
3. Pembentukan karakter remaja awal dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh siswa secara bersama-sama melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa.
4. Secara sendiri-sendiri, pembentukan karakter remaja awal dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa.
5. Terdapat perbedaan pengaruh pembentukan karakter antara siswa yang diberi buku cerita pembelajaran nilai dan siswa yang tidak diberi buku cerita pembelajaran nilai.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan evaluasi reflektif, dengan membandingkan pendidikan nilai dari berbagai kurun waktu. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan adalah *expost facto* model kausal komparatif. Partisipan penelitian ini diambil secara acak, yang terdiri dari 39 guru PKn, IPS Ekonomi, dan PKK serta 744 siswa dari 39 kelas pada 10 SMP yang berbeda-beda di Yogyakarta.

Dalam proses pelaksanaannya evaluasi reflektif ini, mencakup 5 kegiatan yaitu: (a) menggali sistem nilai, validasi dan *workshop* dengan guru, (b) membuat instrumen dan melakukan uji coba instrumen serta menyusun buku cerita, (c) melaksanakan pengumpulan data sebelum intervensi dan

setelah intervensi, (d) strategi intervensi buku cerita, dan (e) menganalisis hasil pengumpulan data, membuat sintesis dan kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner sebagai alat untuk merefleksikan pembelajaran nilai oleh siswa dan guru. Selain itu, siswa juga diberi kuesioner tentang persepsi pentingnya sistem nilai menurut mereka dan kuesioner untuk merefleksikan terjadinya pembentukan karakter. Untuk mendapatkan validitas empiris instrumen, kuesioner diujicobakan kepada siswa kelas 1, 2, dan 3 di SMP Negeri Sedayu dan SMP Stella Duce.

Instrumen guru digunakan untuk mengungkap refleksi para guru tentang: (1) pentingnya sistem nilai diberikan kepada siswa, (2) keterkaitan dimensi sistem nilai dengan dimensi nilai pembentuk karakter, (3) intensitas penanaman sistem nilai melalui pendidikan nilai yang diintegrasikan melalui pembelajaran ketiga mata pelajaran yang pernah dilakukan sebelum penelitian dilakukan, (4) analisis pendidikan nilai yang dapat diintegrasikan ke dalam silabi dan identifikasi pendidikan nilai yang terdapat dalam buku ajar, (5) analisis refleksi pembelajaran nilai melalui buku cerita, dan (6) analisis refleksi pembentukan karakter siswa menurut hasil observasi guru.

Setelah instrumen selesai dibuat, peneliti mulai menyusun buku cerita pembelajaran nilai untuk siswa yang memuat 17 sistem nilai. Buku cerita pembelajaran nilai dibuat dalam bentuk empat seri yang menceritakan kisah sehari-hari pengalaman berkonsumsi (pendidikan konsumen) yang di dalamnya mengandung sistem nilai. Setiap seri mengandung empat sistem nilai yang digunakan untuk membantu menumbuhkan karakter siswa, dan dilengkapi dengan 5 pertanyaan untuk mengetahui kecenderungan munculnya sikap dan perilaku/tindakan yang dapat menunjukkan tumbuhnya karakter siswa ketika melakukan konsumsi dalam kehidupan sehari-harinya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Nilai-nilai Kehidupan Konsumen Merupakan Pembentuk Karakter

Nilai-nilai kehidupan yang terdiri dari 17 nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen cenderung ada keterkaitannya dengan seluruh dimensi pembentuk karakter, yakni: 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".

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendidikan konsumen sebetulnya diakui sebagai kebutuhan dan sudah diintegrasikan ke dalam mata pelajaran-mata pelajaran, khususnya: PKn, IPS bidang ekonomi, PKK dan itu dianggap sudah cukup karena konten pendidikan dalam silabi dan kurikulum SMP tidak memberikan peluang untuk mata pelajaran baru. Oleh karena itu, prinsip-prinsip pendidikan konsumen tersebut sudah memadai.

2. Perolehan Pendidikan Nilai Melalui Faktor-faktor Lingkungan

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

a. Dimensi Pembentuk Karakter Siswa

1). Pembentukan karakter siswa terwujud jika perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa baik.

- 2). Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap pembentukan karakter siswa adalah variabel pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui keluarga.
 - 3). Sebaliknya, pembentukan karakter tidak terwujud jika persepsi siswa tentang pentingnya pendidikan nilai rendah dan perolehan pendidikan nilai secara bersama-sama melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa buruk.
- b. Pendidikan Nilai tentang Sistem Nilai sebagai Pembentuk Karakter Siswa Melalui Kurikulum Sekolah
- 1). Ada 9 dimensi yang dapat diintegrasikan melalui pembelajaran PKn, yakni: nilai kesadaran diri, tanggung jawab, bertujuan, teliti, toleransi sosial, peka, peduli, keadilan dan nilai sederhana. Pembelajaran IPS bidang ekonomi mengandung dua dimensi sistem nilai, yakni nilai tanggung jawab dan teliti. Sementara itu, ada 5 dimensi yang dapat diintegrasikan melalui pembelajaran PKK, yakni: nilai kesadaran diri, tanggung jawab, teliti, mencari informasi dan nilai sadar lingkungan.
 - 2). Ada dua dimensi sistem nilai, yang dapat diintegrasikan dalam bahan ajar mata pelajaran PKn, yakni: nilai tanggung jawab dan teliti. Pada bahan ajar mata pelajaran IPS bidang ekonomi mengandung enam dimensi sistem nilai, yakni nilai kesadaran diri, tanggung jawab, bertujuan, peka, keadilan dan sederhana. Sementara itu, dalam bahan ajar mata pelajaran PKK mengandung empat dimensi sistem nilai, yakni: nilai tanggung jawab, teliti, mencari informasi dan nilai menghargai uang.
 - 3). Hampir seluruh guru (94%) menyepakati pentingnya penyadaran nilai bagi siswa melalui integrasi pendidikan nilai tentang sistem nilai pada mata pelajaran, 71% guru menyatakan telah secara intensif menanamkan pendidikan nilai dengan menyisipkannya pada materi pelajaran meskipun belum seluruh dimensi, 29% guru menyatakan penanaman nilai masih tergantung pada keterkaitannya dengan materi pelajaran, bila hanya sedikit terdapat dalam kurikulum. Sementara itu, 70% guru sudah memasukkan nilai-nilai kehidupan konsumen ketika menyusun satuan

pelajaran, dan 60% guru sudah membuat skenario pembelajaran nilai meskipun belum spesifik ketika menyusun tujuan pembelajaran.

- 4). Metode pembelajaran nilai yang digunakan sangat bervariasi, yakni: tanya jawab, diskusi, kerja kelompok, bermain peran, *problem solving*, simulasi, *games*, sosio drama, *role play* dan *field trip*.
- 5). Dalam melakukan evaluasi pembelajaran nilai khususnya internalisasi nilai oleh siswa, guru menggunakan pengamatan tingkah laku dengan *check list*, mengerjakan studi kasus, dan mempelajari gagasan siswa dalam buku harian.
- 6). Pembentukan karakter siswa yang diberi intervensi pembelajaran nilai dengan menggunakan buku cerita lebih tinggi dari pada siswa yang tidak diberi intervensi.
- 7). Berdasarkan hasil refleksi guru, pemunculan sikap pada setiap dimensi sistem nilai yang ditanamkan melalui buku cerita pembelajaran nilai lebih tinggi dimiliki oleh siswa perempuan dibandingkan siswa laki-laki, begitu pula hal yang sama pada pembentukan perilakunya.
- 8). Pemunculan perilaku yang masih perlu mendapat perhatian adalah nilai kesadaran diri, teliti, toleransi sosial, kritis.

Implikasi

1. Implikasi Metodologis

Bila ingin mengungkap dan membandingkan bahan ajar, proses dan hasil pendidikan dari berbagai kurun waktu dapat digunakan metode evaluasi reflektif.

2. Implikasi Teoretis

- a. Agar makna sistem nilai yang terkandung tidak abstrak maka perlu penjelasan definisi teori secara gamblang dan mendetail serta dalam wujud perilaku sesuai dengan kondisi responden.
- b. Nilai merupakan realitas abstrak dan dirasakan dalam diri seseorang sebagai daya pendorong dalam hidup maka pembelajaran nilai perlu diberikan sejak dini dengan secara sadar dirancang dan dikelola secara eksplisit, terfokus dan komprehensif sehingga dalam proses pembelajaran terjadi proses pembentukan karakter yang baik.

c. Menjadikan keluarga atau orang tua sebagai konteks aktif dan fungsional dalam pembelajaran nilai, sehingga kondusif bagi anak-anaknya dalam membangun pembentukan karakter.

3. Implikasi bagi Sekolah

a. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter di sekolah agar lebih efektif, kurikulum perlu dirancang khusus, dengan: (1) memasukkan subbab aktivitas refleksi pemaknaan nilai pada setiap materi pelajaran yang terkait, (2) menggunakan buku cerita tentang pembelajaran nilai di luar pelajaran, dan pemberian tugas khusus .

b. Untuk memenuhi target kurikulum tanpa melupakan tugasnya sebagai pendidik termasuk mengembangkan nilai maka guru perlu dilatih dalam merancang isi pembelajaran, strategi pembelajaran, bentuk mengajar, dan evaluasi yang di dalamnya ada komponen nilai-nilai konsumen.

4. Implikasi bagi Masyarakat

a. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter maka perlu orang tua dan pembuat kebijakan melibatkan anak ke kelompok organisasi pemuda pembangunan, baik dalam maupun luar sekolah.

b. Jika akan meningkatkan kesadaran nilai-nilai kehidupan konsumen maka perlu peningkatan kualitas interaksi antara anak-anak dengan orang tua dalam beragam bentuk dan cara perilaku berkonsumsi yang bijaksana.

c. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter melalui media massa maka perlu: (1) memperbanyak akses ke bacaan yang memberikan kontribusi terhadap pendidikan nilai, (2) meningkatkan jumlah film kartun dan film anak-anak yang memberikan kontribusi terhadap pendidikan nilai, dan (3) melakukan pengawasan media massa agar pengaruh negatif dapat ditangkal.

d. Jika akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi media massa dalam pembentukan karakter remaja maka perlu diciptakan iklim yang kondusif dan harmonis dalam mempromosikan pembelajaran nilai-nilai kehidupan. Promosi pembelajaran nilai perlu dikemas dengan baik dan

menggunakan tokoh idola remaja yang umumnya berdampak positif dalam mendorong pembentukan karakter remaja.

Simpulan

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Evaluasi reflektif para guru menemukan 17 nilai-nilai kehidupan yang termuat dalam konsep pendidikan konsumen dan berkaitan dengan dimensi pembentuk karakter.
2. Evaluasi reflektif para siswa menjelaskan bahwa: (a) pendidikan nilai dirasakan sangat penting untuk dimiliki, dan (b) pendidikan nilai yang diperoleh dari keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media masa cenderung cukup baik.
3. Faktor lingkungan memberikan pengaruh 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 yang signifikan terhadap pembentukan karakter siswa, sedangkan sekolah tidak memberikan pengaruh yang signifikan.
4. Dalam silabus dan buku ajar terkandung sedikit dimensi sistem nilai kehidupan konsumen. Skor pembentuk karakter siswa dalam kelas-kelas yang diberi buku cerita pembelajaran nilai lebih tinggi daripada kelas-kelas yang tidak diberi buku cerita.

Saran

Untuk meningkatkan kualitas pembentukan karakter siswa melalui pendidikan, disarankan upaya-upaya antara lain :

1. Merancang secara khusus kurikulum yang memuat pendidikan karakter di sekolah. 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.
2. Meningkatkan kesadaran diri guru dan kepala sekolah. Meningkatkan kesadaran guru untuk 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 memantaunya.
3. Memperbanyak bentuk-bentuk pelatihan yang mampu meningkatkan kemampuan 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.
 4. Mendayagunakan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa agar mampu melaksanakan pembelajaran nilai-nilai kehidupan konsumen, mendayagunakan pengarang buku mata pelajaran agar mampu berperan dalam penanaman pembelajaran nilai kepada siswa, dan melibatkan anak pada kelompok organisasi yang baik dan sehat.
 5. 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

- 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.*
- Dewa Made Alit. (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 hal 13-44.*
- Fishbein. (1978). *Medical and health encyclopedia*. West Port: Stuttman Co, 1, 46-60.

- I Wayan Koyan. (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.*
- 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>.
- Kirschenbaum, H. (1992). A comprehensive model for value education and moral education. Artikel. Diambil pada tanggal 20 September 2004, dari <http://www.bi-ho.ne.jp/taku77/refer/kirsch.htm>.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Sri Rahayu Haditono, et al. (2002). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Papalia, D.E, & Wendkos-Olds, S. (1998). *Human Development*. New York: Mc Graw-Hill.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.
- William H.H, 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. (Desember, 2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, *Phronesis*, Vol 3, No, 72-82.

*Pembentukan Karakter Remaja Awal Melalui Pendidikan Nilai yang Terkandung dalam Pendidikan Konsumen:
Kajian Evaluasi Reflektif Kurikulum SMP di Yogyakarta*

Biodata Penulis

Nama : Sri Wening
Lembaga Asal : PTBB. FT. Universitas Negeri Yogyakarta
Riwayat Pendidikan :

No	Perguruan Tinggi	Gelar	Tahun Lulus	Spesialisasi
1	IKIP Negeri Yogyakarta	Dra	1982	Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
2	IKIP Jakarta di Yogyakarta	M.Pd	1989	Penelitian dan Evaluasi Pendidikan
3	Universitas Negeri Yogyakarta	Dr	2007	Penelitian dan Evaluasi Pendidikan