

LAPORAN PENELITIAN



**EVALUASI REFLEKTIF PENCAPAIAN
KURIKULUM PENDIDIKAN KONSUMEN
DALAM KEHIDUPAN MAHASISWA
SEBAGAI DIMENSI PEMBENTUK KARAKTER**

Oleh:

Dr. Sri Wening, M.Pd

**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
TAHUN 2013**

**Dibiayai oleh Dana DIPA BLU UNY Tahun 2013
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Dosen FT UNY
Nomor: 14455.c.5/UN34.15/PL/2013**



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
Alamat: Karangmalang Yogyakarta 55281
Telp. 586168 pes. 292, 276, Telp & Fax: (0274)
586734



HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

Judul Penelitian: Evaluasi Reflektif Pencapaian Kurikulum Pendidikan Konsumen Dalam Kehidupan Mahasiswa Sebagai Dimensi Pembentuk Karakter

1. Bidang Peneliti : Pendidikan
2. Lokasi Penelitian : PTBB FT UNY
3. Waktu Penelitian : 6 bulan
4. Ketua Tim Peneliti :
 - a. Nama : Dr. Sri Wening, M.Pd
 - b. Pangkat/Golongan : Pembina Tk 1/IV b
 - c. Jabatan : Lektor Kepala
 - d. Jurusan : Pendidikan Teknik Boga dan Busana
 - e. Fakultas/Lembaga : Fakultas Teknik UNY
6. Alamat Rumah/Tlp./E-mail : Jln. Lingkar Selatan No. 72 A Gamping
Kidul, Sleman, Yogyakarta, (0274)
379721/riwening@yahoo.co.id
7. Jumlah Dana yang Diusulkan : Rp 5.000.000; (Lima Juta Rupiah)

Yogyakarta, 18 Desember 2013

DPP Fakultas Teknik

Peneliti

(Dr. Siti Hamidah, M.Pd)
NIP.195308201979032001

(Dr. Sri Wening, M.Pd)
NIP 195706081983032002

Mengetahui
Dekan FT

Dr. Moch. Bruri Triyono, M.Pd.
NIP. 195602161986031003

**EVALUASI REFLEKTIF PENCAPAIAN KURIKULUM
PENDIDIKAN KONSUMEN DALAM KEHIDUPAN MAHASISWA
SEBAGAI DIMENSI PEMBENTUK KARAKTER**

**Sri Wening
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
e-mail riwening@yahoo.co.id**

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk (1) Mendeskripsikan pentingnya/perlunya aspek-aspek kurikulum/materi kuliah dalam pendidikan konsumen untuk dimiliki oleh mahasiswa, (2) mendeskripsikan kandungan nilai-nilai kehidupan yang terdapat dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen oleh mahasiswa, (3) mendeskripsikan pengamalan nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam materi pendidikan konsumen oleh mahasiswa, (4) mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi mahasiswa ketika mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen, dan (5) mendeskripsikan efektivitas nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dapat membentuk karakter mahasiswa

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan metode *expost facto* dengan cara evaluasi reflektif terhadap hasil pembelajaran. dengan menggunakan metode aktivitas reflektif evaluasi hasil pembelajaran dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Busana yang telah menempuh Mata Kuliah Pendidikan Konsumen semester gasal 2013. Teknik sampling stratified random sampling. Analisis deskriptif digunakan untuk mengungkap hasil evaluasi reflektif tentang pentingnya materi kuliah pendidikan konsumen, menggali nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen, dan pengamalan nilai-nilai kehidupan konsumen oleh mahasiswa.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa: 1) Menurut pendapat mahasiswa (di atas 80%) mengatakan penting/perlu dipelajari/dimiliki untuk menjalani kehidupan sehari-hari, 2) Sebanyak enam belah aspek nilai kehidupan sebagai dimensi pembentuk karakter terkandung dalam materi kuliah pendidikan konsumen, 3) Pengamalan terhadap nilai-nilai kehidupan oleh mahasiswa sudah termasuk pada kategori baik. Dari 123 mahasiswa sebanyak 11 orang (9%) termasuk dalam kategori sangat baik, 106 orang (86%) memiliki kategori baik, dan sebanyak 6 orang (5%) kecenderungan cukup baik, 4) Alasan belum mengimplementasikan nilai-nilai kehidupan konsumen disebabkan ribet, malas, lupa mencatat penerimaan dan pengeluaran uang, tidak mau berurusan dengan pihak penjual bila dirugikan karena membuang-buang waktu, banyak tugas, sulit mengendalikan keinginan, malu mengadu, merasa kurang kreatif mengubah barang lama menjadi barang baru, dan 5) Kurikulum/materi pendidikan konsumen belum mendekati efektif dalam membentuk karakter konsumen, hal tersebut ditunjukkan oleh skor capaian kategori B (rentang 71-75) baru mencapai 76% dari batas skor efektif 80% diamalkan oleh seluruh mahasiswa sebagai sampel penelitian.

Kata kunci: evaluasi reflektif, pencapaian kurikulum, pendidikan konsumen

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa bahwasanya penelitian yang berjudul ‘Evaluasi Reflektif Pencapaian Kurikulum Pendidikan Kondumen Dalam Kehidupan Mahasiswa Sebagai Dimensi Pembentuk Karakter’ ini telah dapat diselesaikan dengan baik..Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta
2. Dekan FT UNY
3. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kritik dan saran hingga selesainya penelitian ini

Semoga atas segala budi baik dari berbagai pihak tersebut mendapatkan berkah yang berlimpah dari Tuhan, dan semoga penelitian ini bermanfaat khususnya bagi dunia pendidikan dalam membentuk karakter peserta didik dan siapa saja yang berkenan membacanya. Amien.

Yogyakarta, 18 Desember 2013

Peneliti

Dr. Sri Wening, M.Pd.

NIP. 195706081983032002

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teoritik	6
B. Kerangka Berpikir	22
C. Pertanyaan Penelitian	23
BAB III. METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian	24
B. Prosedur Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Instrumen Penelitian	27
F. Uji Coba dan Analisis Instrumen	29
G. Teknik Analisis Data	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
1. Pendapat Mahasiswa Tentang Pentingnya/perlunya	

Membekali Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Dalam Menjalani Kehidupan	32
2. Analisis Reflektif Mahasiswa Tentang Nilai-Nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen	36
3. Pengamalan Nilai-Nilai Kehidupan Konsumen yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen oleh Mahasiswa.....	39
4. Alasan/kendala Belum Mengamalkan Nilai-Nilai Kehidupan Yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Oleh Mahasiswa.....	43
5. Efektifitas Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Dalam Membentuk Karakter Mahasiswa Melalui Nilai-Nilai Kehidupan Yang Terkandung Di Dalamnya.....	45
6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
BAB. V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Klasifikasi Konsep Pendidikan Konsumen.....	13
Tabel 2. Nilai-nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen.....	18
Tabel 3. Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan.....	29
Tabel 4. Pendapat Mahasiswa Tentang Pentingnya Mempelajari Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen.....	33
Tabel 5. Tujuan Dari Materi Pembelajaran yang Terkandung dalam Definisi Pendidikan Konsumen.....	35
Tabel 6. Nilai-nilai Moral Kehidupan Yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen.....	37
Tabel 7. Klasifikasi Skor Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan.....	40
Tabel 8. Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan konsumen.....	41
Tabel 9. Daftar Perilaku Mahasiswa Dalam Nilai-nilai Kehidupan yang Jarang/Tidak Pernah Diamalkan.....	42
Tabel 10. Alasan/kendala Belum Mengamalkan Nilai-Nilai Kehidupan.....	43
Tabel 11. Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan konsumen.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Pendidikan merupakan suatu kebutuhan yang fundamental bagi setiap manusia. Diharapkan dengan pendidikan maka seluruh gerak kehidupan manusia harus dilandasi oleh nilai-nilai ketuhanan dan nilai-nilai moral kemanusiaan. Perkembangan yang terjadi di dunia internasional baik dalam bidang ekonomi, politik maupun sosial budaya menuntut untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia agar lebih siap, tanggap, dan tangguh menghadapinya. Oleh karena itu, Departemen Pendidikan Nasional telah melaksanakan berbagai upaya untuk meningkatkan mutu pendidikan. Perubahan yang mendasar untuk meningkatkan mutu pendidikan tersebut yaitu melalui penyempurnaan kurikulum, peningkatan kualitas pembelajaran, dan perubahan sistem evaluasinya.

Perubahan dan perkembangan aspek kehidupan perlu direspon oleh kinerja pendidikan yang profesional dan bermutu tinggi. Peningkatan mutu kinerja sistem pendidikan makin penting dan strategis dalam menyongsong era globalisasi yang dewasa ini telah makin menguat arusnya dan akan sangat besar pengaruhnya serta merupakan tantangan yang telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia dan bangsa Indonesia. Struktur kurikulum dirancang untuk dapat menyesuaikan dengan tuntutan, tantangan, dan kondisi sekolah/lembaga pendidikan. Kurikulum yang dikembangkan saat ini menuntut pembelajaran yang lebih banyak melibatkan peserta didik untuk aktif dan kreatif, serta pembelajaran lebih menekankan pada proses. Dengan demikian diperlukan adanya evaluasi terhadap pencapaian kurikulum yang telah diimplementasikan dalam pembelajaran. Indikator kualitas pembelajaran dapat dilihat dari perilaku pembelajaran oleh pendidik atau guru (*teacher educator's behavior*), perilaku dan dampak belajar peserta didik, iklim pembelajaran, materi pembelajaran, media pembelajaran, dan sistem pembelajaran termasuk asesmen yang digunakan.

Mata kuliah pendidikan konsumen termasuk pada khasanah pengetahuan sosial yang berkaitan dengan perilaku konsumen, pada proses pembelajarannya dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengembangkan karakter mahasiswa melalui berpikir kritis dan kreatif pemecahan masalah social yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam materi pembelajarannya banyak sekali terkandung masalah-masalah kehidupan bermasyarakat dan

nilai-nilai kehidupan yang berkaitan dengan perilaku berkonsumsi dan perlindungan masyarakat konsumen.

Dalam kurikulum Pendidikan Konsumen nilai-nilai kehidupan konsumen terklasifikasi dalam tiga aspek pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan personal, membuat keputusan membeli secara bijaksana, dan berpartisipasi menjadi warga masyarakat. Dengan demikian, nilai-nilai pendidikan konsumen merupakan nilai-nilai yang mampu membawa manusia pada kebahagiaan dan kesejahteraan dalam dirinya maupun dalam bermasyarakat.

Pendidikan adalah proses membangkitkan pengetahuan peserta didik, dan bukan sekedar hanya proses memberikan pengetahuan. Uraian ini sejalan dengan tujuan dari pendidikan yang diungkapkan oleh Rainolds. Et al (2010: 175) yakni terfokus pada tiga kemampuan yaitu: “ *cognitive domain, affective domain, and psychomotor domain*”. Adapun tujuan tahapan kognitif adalah pengetahuan dan pemahaman peserta didik. Tahapan psikomotor bertujuan menumbuhkan motivasi dalam diri peserta didik agar tergerak untuk menerapkan pengetahuannya yang telah dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Adapun tahapan afektif lebih pada tertanamnya minat, sikap dan nilai pada diri peserta didik. Dalam hal ini pengetahuan sikap dan penerapan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen.

Namun kenyataannya pada proses penerapannya berdasarkan hasil survey dan pengamatan di kampus, ternyata sebagian mahasiswa belum menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari secara baik. Hal ini dibuktikan sebagian besar mahasiswa tidak berani untuk mengadu bila mengalami kerugian, enggan untuk meminta ganti rugi, memiliki perilaku membuang kemasan tidak pada tempatnya, sikap malas untuk membuat produk sendiri.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, mendorong peneliti untuk melakukan evaluasi reflektif kurikulum pendidikan konsumen dalam kehidupan mahasiswa di Program Studi Pendidikan Teknik Busana dan Teknik Busana, jurusan PTBB FT UNY. Evaluasi reflektif ini penting untuk dilakukan untuk memperbaiki cara mengajar, mencermati materi-materi yang belum terinternalisasi dengan baik, demikian halnya bagi mahasiswa dengan melakukan refleksi akan mengetahui tindakan yang seharusnya dan tidak seharusnya untuk dilakukan. Disamping itu pula, agarpara mahasiswa dapat mengevaluasi dirinya dan

melakukan perubahan dalam kehidupannya untuk menjadi lebih baik, sehingga terjadi pembentukan karakter pada diri mereka.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan yang terjadi di dunia internasional baik dalam bidang ekonomi, politik maupun sosial budaya berpotensi mengikis jati diri bangsa karna akan menggoyahkan bahkan berangsur hilang penanaman nilai-nilai kehidupan yang selama ini ditanamkan, oleh karena pentingnya penanaman nilai untuk menumbuhkan karakter.
2. Belum banyak dikaji tentang membangun moral bangsa melalui lingkungan khususnya sekolah/lembaga pendidikan karena watak dan kepribadian bangsa akan ditentukan oleh watak dan kepribadian individu-individu yang membentuk masyarakat bangsa.
3. Belum banyak dilakukan evaluasi kurikulum suatu pembelajaran dengan cara evaluasi reflektif untuk mengukur ketercapaian hasil belajar kepada guru/dosen maupun mahasiswa .
4. Banyaknya remaja di perkotaan memiliki perilaku konsumtif sehingga perlunya penyadaran nilai kehidupan secara bermakna.
5. Belum banyak penelitian yang dapat mengungkap pengaruh lingkungan khususnya sekolah/lembaga pendidikan menanamkan nilai-nilai kehidupan yang dapat membentuk karakter individu sesuai dengan struktur pendidikan karakter.

C. Pembatasan Masalah

Evaluasi reflektif kurikulum pendidikan konsumen dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada kegiatan telaah evaluasi terhadap pelaksanaan pembelajaran yang dilakukan oleh guru/dosen pengampu matakuliah dan penerapan hasil capaian hasil belajar mahasiswa setelah menempuh matakuliah pendidikan konsumen. Mahasiswa yang akan dilibatkan dalam kegiatan evaluasi reflektif adalah mahasiswa semester genap yang sudah menempuh mata kuliah tersebut. Aspek yang akan dievaluasi secara reflektif adalah sesuai dengan kompetensi-kompetensi yang harus dimiliki oleh peserta didik dalam mata kuliah

pendidikan konsumen. Melalui evaluasi reflektif oleh guru/dosen dan mahasiswa terhadap ketercapaian hasil belajar yang sesuai dengan materi dalam kurikulum yang diimplementasikan, dapat memberikan gambaran seberapa besar efektif kurikulum dalam membekali kompetensi pendidikan konsumen kepada peserta didik dalam aspek kognitif, psikomotor dan afektif seperti terinternalisasinya nilai-nilai kehidupan sebagai kontribusi ikut membangun masyarakat yang berkarakter.

D. Rumusan Masalah

Evaluasi reflektif terhadap pencapaian kurikulum pendidikan konsumen yang dilakukan oleh guru/dosen dan mahasiswa mempunyai fungsi strategis dalam meningkatkan kualitas pencapaian kurikulum pembelajaran pendidikan konsumen dan tingkat ketercapaian materi dan internalisasi nilai-nilai kehidupan yang diwujudkan oleh perilaku mahasiswa yang bermuara pada pembentukan karakter konsumen. Dengan mencermati uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Menurut hasil refleksi mahasiswa, apakah kurikulum/materi pendidikan konsumen yang diberikan dalam perkuliahan penting/perlu dimiliki oleh mahasiswa ketika menjalani kehidupannya?
2. Menurut hasil refleksi mahasiswa, nilai-nilai kehidupan konsumen apa sajakah yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen?
3. Apakah nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen telah diamalkan dengan baik oleh mahasiswa dalam menjalani kehidupannya?
4. Alasan/kendala apa saja yang dihadapi mahasiswa ketika mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen?
5. Bagaimana efektivitas nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen dapat membentuk karakter mahasiswa?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian, maka secara umum penelitian ini akan menggunakan evaluasi reflektif untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen mampu membentuk karakter remaja awal. Secara rinci tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut untuk:

1. Mendeskripsikan pentingnya/perlunya aspek-aspek kurikulum/materi kuliah dalam pendidikan konsumen untuk dimiliki oleh mahasiswa
2. Mendeskripsikan kandungan nilai-nilai kehidupan yang terdapat dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen oleh mahasiswa
3. Mendeskripsikan pengamalan nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam materi pendidikan konsumen oleh mahasiswa
4. Mengidentifikasi alasan/kendala yang dihadapi mahasiswa ketika mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen
5. Mendeskripsikan efektivitas nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dapat membentuk karakter mahasiswa

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengembangan ilmu tentang refleksi kurikulum serta dapat dijadikan acuan dalam penelitian atau kajian lebih lanjut. Diharapkan dengan melakukan evaluasi kurikulum pendidikan konsumen dalam kehidupan mahasiswa, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki ketercapaian kurikulum pendidikan konsumen di sekolah/lembaga pendidikan, sehingga menghasilkan peserta didik menjadi seorang konsumen yang bijaksana dan konsumen yang berkarakter mulia.

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menanamkan keterampilan hidup para mahasiswa sebagai konsumen dan pendidikan nilai kehidupan konsumen untuk memperbaiki kualitas hidup mereka ketika menggunakan dan mengatur keuangan personal sebagai cara terbaik untuk menumbuhkan kesadaran dan perilaku konsumen yang bijaksana di kalangan anak-anak remaja. Diharapkan pendidikan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen dapat untuk mengembangkan kepribadian mahasiswa. Diharapkan pendidikan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang diberikan melalui mata pelajaran tertentu dapat bermanfaat untuk mengembangkan kepribadian remaja dalam mempersiapkan kualitas sumber daya manusia dalam pembentukan karakter konsumen yang bijaksana.

BAB II

KAJIAN TEORI

1. Evaluasi Reflektif Sebagai Strategi Baru dalam Pengembangan Kurikulum

Di era reformasi seperti sekarang ini kurikulum yang berlaku secara nasional bukanlah suatu harga mati yang harus diterima dan dilaksanakan apa adanya, melainkan masih dapat dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan, sepanjang tidak menyimpang dari pokok-pokok yang telah digariskan secara nasional. Persaingan yang terjadi pada era global terletak pada kemampuan atau kompetensi yang dimiliki sumber daya manusia. Penentuan peringkat persaingan sangat ditentukan oleh tingkat perkembangan kemampuan siswa dalam suatu sekolah. Kemampuan siswa ditentukan oleh kurikulum yang digunakan. Oleh karena itu kurikulum yang ideal mensyaratkan pemenuhan terhadap keperluan siswa dengan mengacu pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dan tuntutan masyarakat. Untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari unsur-unsur tersebut pihak-pihak yang terkait perlu melihat kembali apa yang sudah dilakukan di masa lalu.

Keterlaksanaan kurikulum sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan keberhasilannya serta kesesuaian dengan tuntutan masyarakat, salah satunya dilakukan melalui kegiatan evaluasi. Evaluasi menurut Trespeces (1993: 23) adalah proses penggambaran, pencarian dan pemberian informasi yang sangat bermanfaat bagi pengambilan keputusan dalam menentukan alternatif keputusan yang akan diambil. Definisi yang lain menyebutkan evaluasi adalah *judgment* terhadap nilai atau implikasi dari hasil pengukuran (Griffin & Nix: 1991). Menurut definisi ini kegiatan evaluasi selalu didahului dengan kegiatan pengukuran dan penilaian. Pengukuran adalah kegiatan untuk memperoleh data lapangan, sedangkan penilaian adalah menafsirkan data yang diperoleh. Oleh karena itu pengambilan keputusan memerlukan pengukuran dan penilaian terlebih dahulu.

Keterlaksanaan kurikulum mencakup pada hasil yang dicapai oleh siswa dalam bentuk kompetensi, dapat diketahui melalui kegiatan penilaian. Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penilaian hasil belajar. Tujuan yang penting menurut Djemari Mardapi (2004: 20) adalah untuk: 1) mengetahui tingkat kemampuan siswa, 2) mengetahui pertumbuhan dan perkembangan siswa, 3) mendiagnosis kesulitan belajar siswa, 4)

mengetahui hasil pembelajaran, 5) mengetahui hasil belajar, 6) mengetahui pencapaian kurikulum, 7) mendorong siswa, dan 8) mendorong pendidik mengajar yang lebih baik.

Berdasarkan definisi dan tujuan di atas dapat dilihat bahwa evaluasi adalah suatu proses sebuah kegiatan maupun pembelajaran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Evaluasi juga digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan efektivitas suatu program dengan membandingkan antara kriteria yang telah ditentukan (tujuan yang ingin dicapai) dengan hasil yang dicapai. Dengan demikian jenis evaluasi yang akan digunakan sangat tergantung dari tujuan yang ingin dicapai, tahapan program yang akan dievaluasi (perencanaan, implementasi, atau hasil dan dampak), dan jenis keputusan yang diambil. Menurut para ahli evaluasi, terdapat beberapa model evaluasi program yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kurikulum. Dalam literatur banyak dijumpai berbagai model evaluasi program yang dikembangkan yang masing-masing adalah tidak sama. Isaac & Michael (1987) membedakan evaluasi berdasarkan pada titik fokus perhatian dan kegiatan menjadi enam yaitu: a) *goal oriented evaluation model*, b) *decision oriented evaluation model*, c) *transactional evaluation model*, d) *goal free evaluation*, e) *evaluation research model*, dan f) *adversary evaluation*. Menurut Kaufman dan Thomas (1980), model evaluasi dibedakan menjadi delapan jenis; yaitu 1) *goal-oriented evaluation model* oleh Tyler, 2) *goal-free evaluation model* oleh Michael Scriven, 3) *formative-summative evaluation model* oleh Scriven, 4) *countenance evaluation model* oleh Stake, 5) *responsive evaluation model* oleh Stake, 6) *CIPP evaluation model* oleh Stufflebeam, 7) *CSE-UCLA evaluation model*, dan 8) *discrepancy evaluation model* oleh Provus. Seorang evaluator harus dapat menentukan tentang model evaluasi yang akan dipakai, sehingga jenis evaluasi yang akan dipilih sesuai dengan tujuan akan dicapai. Model evaluasi yang sudah ada seperti yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas adalah sesuai untuk mengevaluasi suatu program atau suatu proyek.

Seperti yang dikemukakan di atas bahwa kegiatan evaluasi adalah kegiatan melihat kembali apa yang sudah pernah dilakukan. Proses melihat kembali untuk mengungkapkan kelemahan dan kelebihan seperti halnya untuk tujuan perbaikan disebut dengan refleksi. Ibarat manusia yang sedang berkaca atau bercermin, ia dapat melihat pantulan/refleksi dirinya di dalam cermin atau kaca tersebut. Berdasarkan perumpamaan ini peneliti menyertakan kegiatan refleksi di dalam proses evaluasi.

Schon (1990) mendefinisikan refleksi sebagai proses untuk peduli dan merasakan kebutuhan-kebutuhan siswa secara akurat kemudian mengumpulkan sumber-sumber dan pengaruh secara timbal balik, disertai dengan rencana baru untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan-kebutuhan siswa. Sementara Bullock & Hawk (2001) menjelaskan refleksi sebagai proses penilaian informasi atau kejadian-kejadian, dan pemikiran serta penganalisaan informasi yang kemudian menggunakan hasilnya untuk mengubah atau menerapkannya lebih lanjut untuk masa yang akan datang. Definisi lain menjelaskan refleksi sebagai proses pemikiran reflektif yang memungkinkan untuk mendokumentasi kembali pengalaman, pemikiran, pertanyaan, gagasan, dan kesimpulan yang menunjukkan cara melakukan pembelajaran dan membuat pertimbangan untuk penerapan lebih lanjut agar terjadi perubahan dan kemajuan (<http://www.clt.uts.edu.au/Scholarship/Reflective.journal.htm>: hal 2).

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa kegiatan refleksi merupakan proses yang dapat dilakukan guru dalam mendokumentasikan kembali pengalaman, pemikiran maupun kejadian-kejadian berdasarkan kegiatan analisis dan penilaiannya terhadap informasi, kejadian, maupun pemikiran, dan kemudian menggunakan hasilnya sebagai pertimbangan untuk penerapan lebih lanjut. Maka evaluasi reflektif yang dimaksudkan peneliti dalam penelitian ini adalah kegiatan penggambaran, pencarian dan pemberian informasi tentang kebutuhan siswa yang dilakukan dengan cara mendokumentasikan dan melihat kembali pengalaman, pemikiran, perilaku, strategi dan kejadian-kejadian yang sudah dilakukan untuk dapat mengungkap kembali kelemahan dan kelebihan serta menggunakan hasilnya sebagai informasi untuk pertimbangan perbaikan yang akan datang.

Evaluasi reflektif penting dilakukan oleh guru karena: a) evaluasi ini mengajarkan cara untuk belajar berpikir sistematis dalam mengajar dan belajar dari pengalaman merefleksi; b) untuk dapat memperbaiki keterampilan-keterampilan mengajar setelah melalui refleksi; dan c) ketika guru terlibat dalam kegiatan reflektif, guru menjadi lebih cerdas dalam proses pembelajaran dan oleh karenanya guru-guru menjadi lebih efektif.

Penerapan evaluasi reflektif dapat dilakukan oleh guru dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut: 1) merencanakan satu mata pelajaran yang didasarkan pada standar-standar muatan untuk tingkat kelas dan bahan mata pelajaran serta untuk memenuhi syarat dan tujuan sekolah; 2) mempertimbangkan apa yang sudah diketahui siswa dan apa yang perlu dipelajari selanjutnya berdasarkan kebutuhan dan kesiapan; 3) memiliki konsep

mengenai hal-hal yang membuat suatu pelajaran menjadi baik, bagaimana seharusnya siswa bertindak dan apa yang dilakukan oleh seorang guru yang efektif; 4) memikirkan kembali rencana-rencana pelajaran ketika masalah-masalah tak terduga muncul dan respon siswa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan karena pengalaman siswa dengan sekolah sangat berbeda dengan pengalaman guru; 5) merefleksi kejadian-kejadian dan mencoba untuk memahami alasan bagi masalah yang muncul, dan secara kreatif untuk mengidentifikasi, menyelesaikan, serta mengambil suatu pendekatan baru; 6) melakukan riset dan mengundang pengaruh timbal balik; 7) merefleksi lagi, dengan menggunakan pengaruh timbal balik, riset dan kreativitas; dan 8) menciptakan suatu rencana tindakan yang baru (Schon, 1990: 2). Guru yang reflektif merespon dan mengubah langkah terhadap kejadian-kejadian yang tidak diharapkan, sedangkan guru yang tidak reflektif mengabaikan tanda-tanda peringatan yang muncul.

Dalam melakukan kegiatan evaluasi reflektif kemampuan guru semakin tumbuh untuk mengambil keputusan-keputusan yang cerdas dan kreatif, mendapatkan kepercayaan diri dalam keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan yang diambil, dan dapat mengembangkan suatu lingkungan sekolah yang dapat mendorong untuk tumbuh lebih reflektif terhadap segala tipe masalah yang dihadapi guru setiap hari. Oleh karena itu penggunaan evaluasi reflektif perlu dikembangkan di kalangan guru untuk meningkatkan kepekaan mereka terhadap proses yang mereka lakukan sehari-hari, untuk keperluan pengembangan maupun pencarian solusi masalah-masalah pembelajaran yang mereka hadapi di kelas. Sebagai tambahan, proses refleksi merupakan salah satu komponen penting dalam penelitian tindakan kelas yang sekarang populer sebagai bentuk analisis dan pemecahan masalah secara kontekstual di lingkungan guru.

2. Pembelajaran Reflektif

Suatu pembelajaran yang dirancang untuk mengembangkan kegiatan belajar mengajar dengan melihat keefektifan kelas melalui cara merefleksikan masalah disebut pembelajaran reflektif. Pembelajaran reflektif biasanya dilakukan untuk peningkatan kualitas anak didik. Menurut Andrew Pollard (2002), pembelajaran reflektif mempunyai karakteristik: a) mengimplikasikan suatu perhatian yang aktif, b) diaplikasikan dalam suatu siklus guru memonitor, mengevaluasi, dan merevisi pembelajarannya sendiri secara terus menerus, c) membutuhkan bukti untuk mendukung perkembangan yang progresif, d) membutuhkan perilaku keterbukaan pikiran, tanggung jawab.

Pembelajaran reflektif diaplikasikan dalam suatu proses siklis dimana para guru merencanakan pembelajaran, membuat provisi dengan desain aktivitas reflektif, bertindak, mememonitor, mengumpulkan data, menganalisa, mengevaluasi, dan merevisi pembelajaran mereka sendiri secara terus menerus. Hal ini dilakukan untuk mendukung pengembangan secara progresif standar-standar pembelajaran yang lebih baik. Dalam merancang aktivitas reflektif, terdapat tiga hal penting yang menyertainya yaitu a) tujuan atau maksud refleksi dilakukan, b) bukti dan refleksi, dan c) ekstensi.

3. Kurikulum Pendidikan Konsumen di Jurusan Pendidikan Teknik

Boga dan Busana (PTBB)

a. Mata Kuliah Pendidikan Konsumen

Mata kuliah Pendidikan Konsumen diberikan kepada mahasiswa dalam kurikulum Pendidikan Teknik Boga dan Busana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Mata Kuliah ini diberikan kepada para mahasiswa yang berada pada Program Studi Boga, Program Studi Busana maupun Program Studi Tata Rias Kecantikan. Tujuan mata kuliah ini diberikan kepada mahasiswa untuk membekali mereka agar menjadi seorang konsumen yang bijaksana dalam mengelola keuangan personal, melakukan suatu tindakan ketika membuat suatu keputusan membeli, serta ikut berpartisipasi menjadi warga masyarakat yang baik demi kesejahteraan seluruh umat manusia.

Mata kuliah pendidikan konsumen merupakan mata kuliah teori dengan bobot 2 sks yang diberikan pada mahasiswa baru di semester awal. Kompetensi yang dikembangkan dalam kurikulum Pendidikan Konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan konsep dasar, prinsip dan manfaat pendidikan konsumen
- 2) Mengenal dan menerapkan hak dan kewajiban/tanggung jawab konsumen
- 3) Mengkritisi berbagai aneka permasalahan konsumen (peraturan jual beli, gugatan ganti rugi, iklan, spesifikasi dan mutu barang (kemasan dan label, ukuran dan takaran, standarisasi produk) untuk perlindungan konsumen
- 4) Membentuk gerakan perlindungan konsumen secara perorangan dan kelompok untuk kesejahteraan masyarakat
- 5) Melakukan pengaduan

- 6) Mengelola keuangan personal secara bijaksana
- 7) Menerapkan teori perilaku dalam membuat keputusan membeli secara bijaksana
- 8) Melakukan konsumsi secara cerdas pada berbagai kebutuhan dalam kehidupan (pangan, sandang, kecantikan, keperluan rumah tangga (perabot dan peralatan)
- 9) Menerapkan perilaku konsumen busana yang baik dan benar (lenan rumah tangga, berbagai jenis busana dan asesoris
- 10) Menganalisis nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen sebagai dimensi pembentuk karakter seorang konsumen
- 11) Membuat artikel pendidikan konsumen dengan menerapkan nilai-nilai kehidupan untuk pembentukan karakter masyarakat konsumen yang bijaksana

Permasalahan yang sering dialami atau yang terjadi pada konsumen disebabkan oleh kesadaran yang rendah dalam menerapkan hak-hak konsumen dan kewajibannya serta perlindungan konsumen ketika melakukan konsumsi barang maupun jasa. Kompetensi dasar tersebut dijabarkan menjadi beberapa indikator, yaitu 1) dapat mengidentifikasi masalah sosial/konsumen yang disebabkan oleh peraturan jual beli, masalah ganti rugi, masalah spesifikasi barang, masalah mutu barang, dan masalah pengaruh iklan, 2) dapat memilih masalah-masalah tersebut berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain, 3) dapat mengumpulkan data untuk pemecahan masalah, 4) dapat mengembangkan portofolio pemecahan masalah, 5) dapat menyajikan portofolio dalam forum diskusi, dan 6) dapat melakukan refleksi untuk memaknai permasalahan dan pemecahannya.

Tujuan dari pembelajaran yang akan dicapai yaitu agar peserta didik/mahasiswa peka dan tanggap terhadap masalah sosial/konsumen dan implikasinya terhadap kebijakan publik. Setelah mengalami proses presentasi dan diskusi, serta pemaknaan mahasiswa dapat merumuskan keputusan pribadi dan keputusan kolektif melalui proses demokratis, berdasarkan berkomunikasi secara nalar dan bertanggung jawab, dan kemudian melakukan sosialisasi terhadap keputusan yang telah dihasilkan.

b. Ruang Lingkup Kompetensi Pendidikan Konsumen

Di Indonesia, pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah, padahal di dalamnya (*implicit*) 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 mengelola keuangan, membuat keputusan untuk membeli, dan ikut berpartisipasi menjadi warga masyarakat yang bijaksana. 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 sebagai kebutuhan anak sekarang, melalui nilai-nilai kehidupan yang dikembangkan dari konsep-konsep dasar pendidikan konsumen ini bisa sebagai *starting point* dan disosialisasikan untuk pendidikan melalui keluarga maupun sekolah.

Sri Pantun (1979: 32) mendefinisikan konsumen sebagai semua orang yang membeli atau menggunakan barang dan jasa. Definisi senada juga disampaikan oleh Topatimasang (1990: 74) yang menjelaskan bahwa konsumen adalah para pemakai barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan Walter *et al.* (1992: 84) berpendapat bahwa konsumen adalah individu yang membeli suatu barang atau jasa konsumen, yang dengan pembelian semacam itu memberikan suara ekonomi bagi produksi barang tersebut. Pernyataan di atas menegaskan bahwa masyarakat adalah konsumen, karena mereka membeli serta menggunakan barang dan jasa, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk keperluan orang lain. Keinginan untuk memenuhi segala keperluan yang berlebihan mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif (*consumptive behavior*), perilaku konsumtif adalah perilaku yang menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat *kompulsif* sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan *inefisiensi* biaya (Neufeldt, 1996: 69). Untuk membekali pengetahuan kepada masyarakat/konsumen agar memiliki dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan untuk membuat keputusan keuangan personal yang akan dihadapi dan mampu membuat penilaian bijaksana dalam pasar, memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak yaitu pendidikan konsumen.

Knapp (1991) mendefinisikan pendidikan konsumen sebagai “*the process of gaining the knowledge and skills needed in managing consumer resources and taking actions to influence the factors which affect consumer decisions*”. Definisi yang hampir senada juga dikemukakan oleh Bannister (1996) bahwa “*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 dalam penelitian ini 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 di atas, terdapat tiga kategori utama 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). Klasifikasi konsep pendidikan konsumen ini di AS digunakan sebagai konsep dasar bagi pengembangan kurikulum dan pembuatan program di sekolah (Bannister and Monsma, 1980). Adapun klasifikasi konsep pendidikan konsumen tersebut terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi Konsep Pendidikan Konsumen

Pilihan Konsumen dan Pembuatan Keputusan	Pengaturan Keuangan Personal	Partisipasi Warga Dalam Pangsa Pasar
1. Kebutuhan dan keinginan personal dan sosial, nilai-nilai dan tujuan	1. Pendapatan, penggunaan, menabung dan investasi uang	1. Hukum perlindungan konsumen
2. Lingkungan ekonomi, sosial/kultur, dan politik	2. Membeli dan menggunakan barang atau jasa	2. Agen dan sumber bantuan
3. Dampak teknologi terhadap pilihan konsumen	3. Penganggaran dan penyimpanan	3. Hak dan tanggung jawab konsumen, produsen, dan pemerintah
4. Kemudahan informasi, reliabilitas, biaya dan kegunaan	4. Penggunaan kredit konsumen, menghindari masalah kredit	4. Ketegasan-perbaikan konsumen dan strategi tindakan
5. Etika tingkah laku pasar dari produsen, pekerja, dan konsumen	5. Asuransi hidup, kesehatan, kekayaan, korban perang	5. Organisasi konsumen dari individual ke aksi kelompok
6. Masalah ekonomi seperti kemiskinan, pengangguran, biaya kesejahteraan	6. Biaya pajak, manfaat, masalah, dan aturan	
7. Masalah kesehatan dan keamanan	7. Pendidikan, keterampilan yang dapat dibuat untuk mencari kerja dan pendapatan	

	8. Konservasi-sumber lingkungan, penggunaan dan pengaturan	
--	--	--

National Institute of Consumer Education pada tahun 1993 menggunakan strategi pendekatan klasifikasi konsep pendidikan konsumen untuk dikembangkan dalam sistem pembelajaran yang mencakup beberapa alternatif sebagai berikut: a) merupakan mata pelajaran terpisah/khusus, b) konsep-konsep menggabung dalam mata pelajaran yang ada, c) menyatukan dengan mata pelajaran inti, dan d) melakukan pengajaran berkelompok.

Konsep pendidikan konsumen memiliki lima prinsip dasar yang merupakan tanggung jawab sosial konsumen dalam melakukan konsumsi agar perlindungan konsumen dapat terwujud. Lima prinsip dasar tersebut adalah 1) kesadaran kritis, 2) aktivitas dan keterlibatan dalam bertindak, 3) kepedulian sosial, 4) kesadaran pada lingkungan dan 5) kesetiakawanan (Tantri, 1995: 24). Untuk itu, di sini lah pentingnya pendidikan konsumen di kurikulum pendidikan nasional, agar para siswa memiliki kesadaran yang tinggi terhadap perlindungan konsumen, yang pada gilirannya dapat memotivasi mereka untuk berperilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai kehidupan sebagai konsumen, sampai dapat terkristalisasi menjadi karakter.

Kerka (1993) menambahkan bahwa kecenderungan yang berkembang saat ini mendorong adanya penekanan agar pendidikan konsumen diberikan kepada anak remaja (usia sekolah menengah); ini antara lain disebabkan oleh (1) ekonomi global yang memfungsikan seseorang sebagai produsen dan konsumen; (2) meningkatnya teknologi maju dalam hidup sehari-hari; (3) perubahan cara hidup, misalnya hasrat bekerja untuk keseimbangan seseorang, jumlah anak, peningkatan pendapatan dan perubahan pola konsumsi; (4) mental baja dan kepedulian, serta tanggung jawab sosial; dan (5) kekuatan dan perhatian pasar yang diberikan pada seseorang.

Konsep konsumen dapat diperkenalkan sejak dini kepada remaja melalui berbagai cara yang bermakna. Salah satunya adalah melalui penggunaan kehidupan nyata dalam keluarga, masyarakat, dan sekolah. Ini dimaksudkan agar anak dapat terbiasa untuk melakukan pembuatan keputusan, penyelesaian pemutusan masalah, dan keterampilan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu mereka dalam membuat penilaian secara bijaksana dalam pasar. Hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pendidikan konsumen tidak mengimbangi perubahan pasar dengan cepat, dan belum mampu mencapai

level ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diinginkan dalam mengatur sumber-sumber keuangan pribadi (Bannister, 1996). Selain itu, pengenalan konsep tersebut juga dapat mencegah permasalahan yang muncul karena pelanggaran perlindungan konsumen dalam perilaku konsumsi, misalnya, barang palsu, bakmi, dan bakso yang mengandung boraks, serta kasus kehalalan suatu produk MSG.

Untuk membuat seseorang mampu menilai tersebut, memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak terutama dalam keluarga karena orangtua sebagai pendidik pertama dan utama untuk anak-anaknya. Dengan pemberian pendidikan konsumen pada anak, menurut Topatimasang dkk (1990: 69) mengatakan bahwa anak akan bertambah pengetahuan tentang barang dan jasa, meningkatkan kesadaran anak, membina keterampilan anak, dan anak dapat melakukan tindakan secara perorangan maupun kelompok dalam menjaga martabat konsumen jika dirugikan dalam proses konsumsi.

Pendidikan konsumen akan membekali mahasiswa atau masyarakat dengan proses memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan individu dan melakukan tindakan ketika membuat keputusan membeli, sehingga dapat berpengaruh penting terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan sosial. Ahmad (1993: 42) berpendapat bahwa sasaran utama mempelajari pendidikan konsumen adalah untuk: a) membina kecakapan seorang konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan, dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas milik seseorang, b) memberikan petunjuk untuk dapat memahami keadaan ekonomi tempat konsumen berada, c) mengikutsertakan konsumen untuk mengetahui dan mengerti tentang situasi ekonomi serta efeknya bagi kehidupan.

Di Amerika Serikat, pendidikan konsumen dipandang perlu diberikan di sekolah-sekolah karena pendidikan ini memiliki tujuan membantu peserta didik untuk: 1) memperoleh ilmu pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik, 2) membangun suatu pengertian fungsi sosial sebagai sebuah peranan keseluruhan dan khususnya para konsumen, 3) menguasai keterampilan-keterampilan, sehingga dapat berfungsi sebagai konsumen yang terdidik dan bertanggung jawab, 4) menyadari pentingnya menjadi konsumen terdidik, dan 5) bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar, dan bertanggung jawab (Bannister, 1996). Dijelaskan lebih lanjut oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik agar ketika mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan yang lain.

Sebuah laporan survei oleh *National Institute for Consumer Education Center*, mengidentifikasi pandangan para ahli tentang manfaat pendidikan konsumen yang diperoleh individu apabila diberikan melalui sekolah maupun masyarakat. Manfaat tersebut antara lain: 1) mendukung cara berfikir kritis yang membantu fungsi konsumen lebih efisien di pangsa pasar, 2) menanamkan keterampilan-keterampilan hidup konsumen yang memberikan sumbangan untuk sukses, 3) meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian, 4) membantu nilai penerimaan secara luas, dan 5) memperbaiki kualitas hidup. Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan kepada anak atau masyarakat untuk menggunakan uang mereka dengan baik. Pada kenyataannya, hasil sebuah survey menunjukkan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai implisit yang patut untuk dikembangkan pada anak yaitu: 1) memiliki kesadaran akan diri sendiri karena mereka tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, 2) memiliki tanggung jawab, misalnya kesadaran membayar rekening, 3) menjadi hemat dan hidup sederhana, misalnya menabung, 4) menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli, dan 5) hidupnya bertujuan karena mereka menganggarkan uang dalam kehidupannya (Knapp, 1991).

Dengan demikian, pendidikan konsumen diharapkan dapat memperkuat posisi konsumen. Seringkali, konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan besar dengan berbagai cara. Rendahnya kesadaran konsumen akibat tingkat pendidikan yang rendah dapat memperburuk posisi konsumen yang sudah lemah tersebut. Oleh karena itu, konsumen perlu mengenali diri bagaimana menjadi konsumen dan memiliki kesadaran yang baik sebagai seorang konsumen. Jika pengenalan dan kesadaran ini telah dimiliki, konsumen dapat berfungsi dengan baik di pangsa pasar, sehingga terhindar dari rasa kecewa, tidak puas atau merasa tertipu. Ini juga dapat mendorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak dan kewajiban, tanggung jawab, dan melaksanakannya secara konsisten untuk mewujudkan perlindungan konsumen.

Selain itu, kesadaran berkonsumsi juga dapat menghindarkan konsumen dari perilaku hidup konsumtif. Barang barang yang dikonsumsi dilakukan dengan baik dan benar serta didasari pada ilmu pengetahuan konsumen yang dikuasai. Semua kebutuhan yang dibeli direncanakan dengan matang, berdasarkan urutan prioritas kebutuhan yang sesuai dengan jumlah keuangan yang ada. Sebaliknya, seorang konsumen yang tidak memiliki kesadaran konsumen, akan mudah membelanjakan uang untuk barang yang kurang dibutuhkan. Akibatnya, sejumlah barang yang dibeli menjadi mubazir karena tidak pernah disentuh atau mungkin hanya dijadikan koleksi atau pajangan saja. Menurut Riswanto (1997: 37), seorang

konsumen dapat menghindari maupun mengatasi masalah yang menyebabkan hidup konsumtif, dengan cara: 1) membekali diri dengan pengetahuan standar berbagai produk dan juga pengetahuan hak yang dimiliki seperti hak atas informasi yang benar ketika mengkonsumsi suatu produk, 2) membiasakan diri untuk bersikap kritis dan berani menuntut haknya, 3) meningkatkan ketelitian dalam membeli suatu produk, sehingga tidak terjebak pada hadiah-hadiah yang belum tentu didapat.

Seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi dalam mengkonsumsi suatu produk maupun jasa akan menggunakan inisiatif, mencari informasi tentang produk atau jasa, merencanakan berbagai kemungkinan, misalnya saja mencari tahu kualitas suatu barang, mencari tahu tentang spesifikasi suatu barang, mencari acuan sesuatu barang yang akan dibeli, dan dampak terhadap cara perawatan suatu barang. Ditegaskan pula oleh Tantri (1995: 26) bahwa seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi, akan lebih bersikap kritis, berani bertindak atas kesadaran sendiri, memiliki kepedulian sosial, memiliki kesadaran lingkungan, dan memiliki kesetiakawanan sosial agar perlindungan konsumen dapat terwujud.

Kerugian yang dialami konsumen dalam aktivitas perdagangan digolongkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan nilai moral agama dan moral kemanusiaan. Berdasarkan hal ini, pemerintah telah mengatur hubungan hukum antara konsumen dengan pihak produsen serta pedagang dan penjual dalam menciptakan ketertiban hubungan manusia. Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah RI mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999(LNRI Tahun 1999 nomor 42, TLNRI Nomor 3821) dalam Pasal 4 dapat dikatakan sebagai salah satu pranata hukum ekonomi yang melengkapi instrumen perlindungan hak-hak konsumen seperti (Kompas, 16 Desember 2002):

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa.
- b. Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- d. Hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
- e. Hak mendapat advokasi mengenai perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

- f. Hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Pendidikan konsumen mengandung banyak nilai kehidupan. Nilai ini merupakan sesuatu yang diinginkan, sehingga melahirkan tindakan pada diri seseorang atas dasar pilihannya. Nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen merupakan nilai etika (baik-buruk) yang terkait dengan moral. Sifat baik-buruk tersebut sudah menyatu dengan tindakan, erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial yang teruji secara langsung. Nilai-nilai moral yang terkandung dalam pendidikan konsumen dapat membantu peserta didik dalam membentuk sikap dan perilaku menjadi konsumen yang bijaksana yang bermuara pada pembentukan karakter. Sikap berisikan suatu pandangan dari dalam diri peserta didik, sedangkan perilaku merupakan perwujudan dari tindakan yang mencerminkan sikap dasar mereka. Keduanya saling melengkapi, sikap menjadi dasar bertindak dan tindakan menjadi ungkapan sikap tersebut. Adapun nilai-nilai moral yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang diolah dari konsep-konsep pendidikan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai-nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen

<i>Nilai Moral dalam Cakupan Luas</i>	<i>Tujuan</i>
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, serta menerapkan hidup hemat dan sederhana dalam perilaku konsumsi dengan

<i>Nilai Moral dalam Cakupan Luas</i>	<i>Tujuan</i>
	menabung.
4. Bijaksana	Untuk menanamkan kemampuan memilih barang dan jasa konsumsi pada tingkat harga dan jaminan mutu yang setara serta 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.
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 sumberdaya alam dan melindungi bumi demi generasi mendatang.
14.	Untuk mengembangkan kemampuan memanfaatkan

<i>Nilai Moral dalam Cakupan Luas</i>	<i>Tujuan</i>
Berusaha/produktifitas	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.

Peningkatan kesadaran konsumen, bisa diajarkan melalui tripusat pendidikan, yaitu: keluarga, sekolah, dan masyarakat. Ini dikarenakan muatan konsep pendidikan konsumen yang di dalamnya menyatu dengan nilai-nilai kehidupan sehari-hari.

C. Pencapaian Kompetensi dalam Kurikulum Pendidikan Konsumen

Pencapaian kompetensi menurut pendapat Putrohari (2009) adalah pengetahuan, pengertian dan keterampilan yang dikuasai sebagai hasil pengalaman khusus. Pengetahuan diartikan sebagai bagian tertentu dari informasi. Pengertian mempunyai implikasi kemampuan mengekspresikan pengetahuan ini ke berbagai cara, melihat hubungan dengan pengetahuan lain, dan masalah. Adapun keterampilan diartikan mengetahui bagaimana mengerjakan sesuatu.

Lebih lanjut disebutkan pula bahwa alasan perlu dilakukannya pengukuran pencapaian kompetensi yaitu untuk menggambarkan pengetahuan dan keterampilan peserta didik atau sebagai dasar untuk mengambil keputusan. Fungsi penting pada tes pencapaian adalah memberikan umpan balik dengan mempertimbangkan efektivitas pembelajaran. Pengetahuan pada performance peserta didik membantu guru untuk mengevaluasi pembelajaran mereka dengan menunjuk area dimana peserta didik belum menguasai. Informasi ini dapat digunakan untuk merencanakan pembelajaran selanjutnya dan memberikan nasehat untuk penggunaan metode pembelajaran alternative.

Penilaian berbasis kompetensi harus ditujukan untuk mengetahui tercapai tidaknya kompetensi dasar yang telah ditetapkan sehingga dapat diketahui tingkat penguasaan materi

(Martiris Yamin, 2009). Oleh karena itu penilaian pembelajaran berbasis berpikir kritis tidak hanya pada hasil atau produk pemecahan masalah yang mencerminkan cara berpikir kritis saja tetapi juga serangkaian proses pemecahan masalahnya karena dalam pembelajaran berpikir kritis kompetensi dasar meliputi seluruh mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan hak, tanggung jawab, dan perlindungan konsumen, memahami latar belakang masalah, merumuskan masalah, membahas dengan mengacu kajian teori untuk mengkaji penyebab dan tindakan yang harus dilakukan, mencari solusi pemecahan masalah, menyimpulkan dan memaknai dan menyarankan.

Berdasarkan ketentuan ketuntasan hasil belajar dengan menggunakan pedoman konvensi dari skor absolute skala lima yang dikemukakan oleh Gronlund and Linn (1990) bahwa rentang skor 95-100 sangat baik, 85-94 baik, 75-84 sedang, 62-74 kurang, dan <62 sangat kurang. Mengacu pada pedoman, maka dalam batas pencapaian ketuntasan minimal hasil pembelajaran pendidikan konsumen ditentukan berdasarkan pada skor terendah 75. Oleh karena itu mahasiswa yang belum mencapai ketentuan tersebut dinyatakan belum tuntas/kompeten dan harus melakukan perbaikan.

4. Pendidikan Nilai Dimensi Pembentukan Karakter Melalui Sekolah/Lembaga Pendidikan

Sekolah merupakan lembaga pendidikan kedua yang dibangun sebagai wahana pendidikan formal berperan besar dalam pembentukan dan pengembangan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai peserta didik. Iklim berinteraksi antara satu dengan yang lainnya, lingkungan sekolah/lembaga pendidikan dapat dipastikan melibatkan beragam nilai kehidupan. Nilai-nilai itu dapat berupa nilai yang secara sengaja dilembagakan melalui sejumlah ketentuan formal atau nilai-nilai yang diatur melalui kurikulum tertulis. Selain itu, sekolah tempat bertemunya nilai-nilai kehidupan yang lahir secara pribadi dan ditampilkan dalam bentuk pikiran, ucapan, dan tindakan perorangan. Nilai-nilai tersebut muncul spontanitas dalam berbagai kekhasan pribadi setiap orang, sehingga nilai-nilai yang direfleksikan melalui tampilan perorangan tersebut berperan bagi terbentuknya pribadi-pribadi yang penuh makna. David dan Frank (1997) mengatakan bahwa sekolah adalah tempat yang strategis untuk pendidikan karakter, karena anak-anak dari semua lapisan akan mengenyam pendidikan di sekolah. Selain itu, anak-anak menghabiskan sebagian waktunya di sekolah, sehingga apa yang didapatkan di sekolah akan mempengaruhi pembentukan karakternya.

Sekolah/Lembaga pendidikan dapat membentuk karakter peserta didik melalui sejumlah proses. Proses tersebut, misalnya penanaman nilai melalui pendidikan nilai yang diintegrasikan lewat materi pelajaran, pemberian contoh, modeling, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, guru sebagai aktor utama dalam mengelola proses belajar mengajar, memegang peranan kunci dalam membentuk, dan mengembangkan orientasi nilai-nilai kehidupan pada diri peserta didik. Misalnya, menanamkan perilaku hemat dalam berkonsumsi dengan mengaitkannya melalui materi pelajaran bidang ekonomi yang diampu oleh guru. Kemudian guru menunjukkan keteladan berhemat, dan merefleksikan bersama-sama peserta didik dalam memaknai nilai hemat maka akan mudah menginternalisasi atau mempribadi pada diri peserta didik, maka secara reflek peserta didik akan melakukan tindakan hemat. Sehubungan dengan hal itu, penelitian Harvey (Morrison 1973) menyatakan bahwa pola perilaku guru yang bersifat membantu berkorelasi positif dan signifikan dengan kecenderungan peserta didik untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan norma, aturan-aturan dan harapan guru/dosen.

5.Kerangka Berpikir

Institusi sekolah atau lembaga pendidikan selalu dipandang sebagai salah satu tempat yang sesuai untuk memberikan bekal pengetahuan dan membentuk nilai yang terkandung di dalamnya di samping keluarga. Pendidikan sering dipertimbangkan sebagai faktor yang mempunyai pengaruh kuat terhadap perubahan cara pandang dan perilaku peserta didik. Hal ini tidak dapat dipungkiri, karena perubahan tersebut diperoleh peserta didik karena adanya suatu proses melalui informasi, nasehat, modeling, pemberian contoh, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, guru/dosen sebagai aktor utama dalam mengelola proses belajar mengajar, memegang peranan kunci dalam membentuk dan mengembangkan orientasi nilai-nilai kehidupan pada diri peserta didik melalui pendidikan nilai yang diintegrasikan pada mata pelajaran yang diampunya. Keberhasilan pencapaian mata pelajaran yang terpampang dalam kurikulum diukur melalui perwujudan penguasaan kompetensi yang dimiliki serta pencerminan sikap dan perilaku terhadap nilai-nilai yang kandung secara implisit dalam mata pelajaran oleh peserta didik. Untuk mengetahui pencapaian penguasaan terhadap mata pelajaran dilakukan dengan mengevaluasi hasil belajar mata pelajaran yang dicapai oleh peserta didik dengan cara evaluasi reflektif. Hasil belajar yang dimaksud bukan pada prestasi belajar namun hasil yang menunjukkan sudah terinternalisasinya nilai-nilai yang terkandung

dalam mata pelajaran yang diimplementasikan/diamalkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai perwujudan terbentuknya karakter peserta didik.

Jenis pendekatan yang digunakan guru/dosen, tipe kepemimpinan guru, sangat menentukan suasana dan kondisi proses belajar mengajar. Pendekatan yang mengayomi dan demokratis akan membantu menciptakan suasana kondusif dalam upaya mengembangkan potensi-potensi yang ada pada diri peserta didik. Interaksi antara guru/dosen dengan peserta didik merupakan komponen yang paling penting dalam proses sosialisasi nilai-nilai kehidupan, karena dalam interaksi ini terjadi proses asimilasi dan akomodasi sistem nilai. Sehubungan dengan hal itu, penelitian Harvey (Morrison 1973) menyatakan bahwa pola perilaku yang bersifat membantu berkorelasi positif dan signifikan dengan kecenderungan peserta didik untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan norma, aturan-aturan dan harapan guru/dosen. Secara singkat dapat dikatakan bahwa hubungan antara guru/dosen dengan peserta didik yang kondusif sangat membantu proses penanaman nilai-nilai kehidupan pada diri peserta didik yang akan bermuara pada pembentukan karakter peserta didik.

Perkembangan peserta didik, di samping dipengaruhi pembawaan yang telah dimilikinya, juga dipengaruhi oleh lingkungannya. Lingkungan telah memberikan pengalaman yang baru bagi peserta didik.

Pertanyaan Penelitian

1. Menurut hasil refleksi mahasiswa, apakah kurikulum/materi pendidikan konsumen yang diberikan dalam perkuliahan penting/perlu dimiliki oleh mahasiswa ketika menjalani kehidupannya?
2. Menurut hasil refleksi mahasiswa, nilai-nilai kehidupan konsumen apa sajakah yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen?
3. Apakah nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen telah diamalkan dengan baik oleh mahasiswa dalam menjalani kehidupannya?
4. Alasan/kendala apa saja yang dihadapi mahasiswa ketika mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen?
5. Bagaimana efektivitas nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum pendidikan konsumen dapat membentuk karakter mahasiswa?

BAB III

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mengungkap pendapat mahasiswa tentang penting/perlunya kurikulum/materi pendidikan konsumen dipelajari/dimiliki, 2) mengungkap kandungan nilai-nilai kehidupan dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen, (3) mengungkap pengamalan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dalam kehidupan mahasiswa, (4) mengidentifikasi alasan/kendala yang dihadapi mahasiswa dalam mengamalkan nilai-nilai kehidupan, dan (5) mendeskripsikan efektivitas nilai-nilai kehidupan dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dalam membentuk karakter mahasiswa.

1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pencapaian kurikulum pendidikan konsumen yang di dalamnya terkandung nilai-nilai kehidupan sebagai dimensi pembentukan karakter melalui hasil evaluasi reflektif para mahasiswa. Sesuai dengan tujuannya, penelitian ini adalah penelitian survey dengan cara evaluasi hasil belajar dengan menggunakan metode aktivitas reflektif dalam melakukan pengumpulan data. Hasil data yang terkumpul diinterpretasikan dan dimaknai. Pendekatan model ini digunakan untuk mengungkap secara deskriptif kuantitatif yang dilengkapi dengan kualitatif dengan menggunakan metode *ex post facto* tentang pencapaian kurikulum pendidikan konsumen dan penerapan oleh mahasiswa dalam kehidupannya melalui nilai-nilai moral/kehidupan yang telah terinternalisasi pada diri mereka. Proses refleksi adalah proses pemikiran reflektif yang memungkinkan untuk mendokumentasi kembali pengalaman, kejadian, pemikiran, pertanyaan, gagasan, dan kesimpulan yang menunjukkan cara melakukan pembelajaran nilai dan membuat pertimbangan untuk melakukan penerapan lebih lanjut agar terjadi perubahan dan kemajuan.

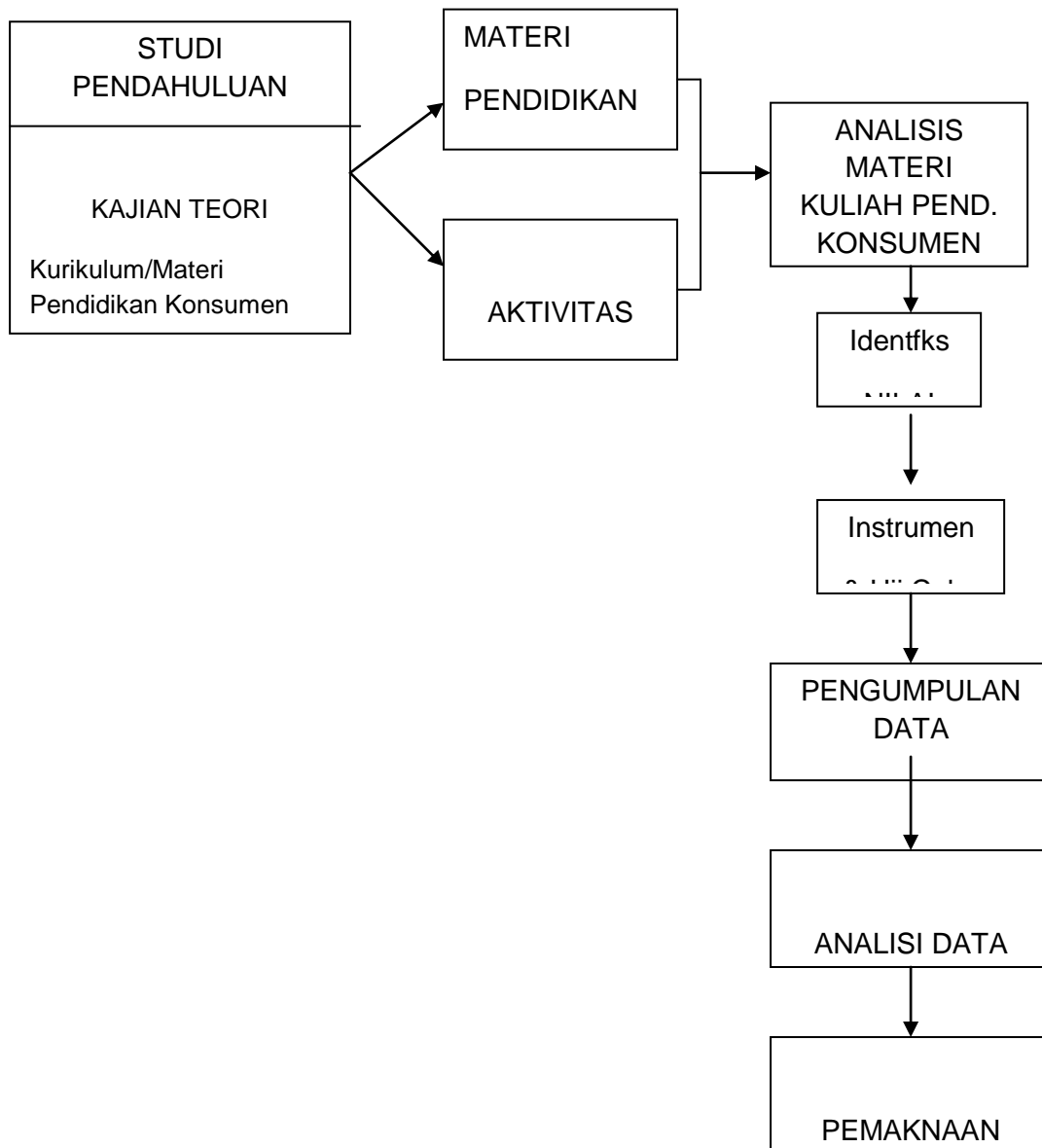
Pendekatan penelitian *ex-post facto* digunakan untuk mengungkap ketercapaian kurikulum pendidikan konsumen dan terinternalisasinya nilai-nilai moral/kehidupan dalam mata kuliah pendidikan konsumen dengan proses evaluasi reflektif. Evaluasi adalah proses penggambaran, pencarian dan pemberian informasi yang sangat bermanfaat bagi pengambilan keputusan dalam menentukan alternatif keputusan yang akan diambil. Sebagai obyek penelitian adalah penggunaan metode aktivitas reflektif pembelajaran nilai melalui kegiatan belajar mengajar mata kuliah pendidikan konsumen.

2. Prosedur Penelitian

Pendekatan penelitian yang proses pelaksanaannya menggunakan aktivitas evaluasi reflektif terhadap pencapaian kurikulum pendidikan konsumen, mencakup beberapa tahapan untuk memperoleh temuan yang merupakan sintesis dari pendekatan deduktif dan induktif yang terpadu secara komplementer. Untuk lebih jelasnya tahapan pendekatan penelitian dengan menerapkan tahapan yaitu: (a) mengidentifikasi kompetensi yang harus dicapai dalam pembelajaran pendidikan konsumen, (b) menganalisis kandungan nilai-nilai kehidupan dalam setiap kompetensi, (c) mengembangkan instrument perilaku untuk mahasiswa dengan mengacu pada kompetensi dan nilai-nilai kehidupan yang telah digali, (d) melakukan evaluasi reflektif para peserta didik sesuai dengan instrument yang digunakan untuk pengumpulan data dengan angket, (e) menganalisis hasil pengumpulan data dan pemaknaan, membuat sintesis serta kesimpulan.

Pada kurikulum pembelajaran pendidikan konsumen, aktivitas reflektif dilakukan oleh para mahasiswa meliputi: **Pertama**, melakukan aktivitas reflektif untuk mengidentifikasi penting/perlunya kurikulum/materi pembelajaran pendidikan konsumen dimiliki oleh para mahasiswa. Para mahasiswa diminta untuk merefleksikan dan mencermati konsep materi pendidikan konsumen. **Kedua**, penggalian nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam materi/kurikulum pendidikan konsumen. Para mahasiswa diberi aktivitas untuk merefleksikan dan memaknai nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam materi/kurikulum pembelajaran pendidikan konsumen, dan dari hasil identifikasi ditemukan enam belas nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam konsep pendidikan konsumen.

Ketiga, kurikulum/materi pendidikan konsumen dan nilai-nilai moral/kehidupan hasil refleksi mahasiswa digunakan untuk mengembangkan instrumen penerapan/pengamalannya sebagai tolok ukur tingkat efektivitas kurikulum pendidikan konsumen dalam kehidupan sehari-hari sebagai wujud pembentukan karakter. Secara rinci tahapan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah para mahasiswa semester 3, 5, dan 7 Program Studi Pendidikan Teknik Busana di Jurusan PTBB FT UNY yang sudah menempuh mata kuliah Pendidikan Konsumen pada semester gasal yaitu bulan September – Oktober 2013.

Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 123 dengan menggunakan stratified random sampling. Terkait dengan desain penelitian metode aktivitas reflektif, maka

sebagai unit analisis dalam penelitian adalah para mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah pendidikan konsumen.

4. Teknik Pengumpulan Data

Variabel dalam penelitian ini, adalah kontribusi metode aktivitas reflektif pembelajaran nilai pada mata kuliah pendidikan konsumen terhadap pembentukan karakter. Pembentukan karakter adalah proses internalisasi dan pengamalan nilai-nilai kehidupan konsumen yang ditunjukkan dalam bentuk perilaku maupun tindakan setelah memahami atau mengerti isinya, mempunyai alasan untuk melakukannya dan mempunyai perasaan untuk menerima nilai tersebut, kemudian nilai yang diyakini diwujudkan dalam tindakan sehari-hari berupa sikap dan perilaku. Perolehan data menggunakan lembar aktivitas reflektif pada materi pembelajaran (jawaban terbuka dan wawancara) dan angket untuk mengungkap persepsi pentingnya memiliki nilai-nilai moral/kehidupan serta angket evaluasi reflektif terhadap tumbuhnya karakter konsumen yang bijaksana.

Pengumpulan data tentang pembelajaran nilai dilakukan kepada mahasiswa menggunakan lembar aktivitas reflektif, yaitu: (1) refleksi tentang muatan kurikulum/materi pembelajaran pendidikan konsumen dalam klasifikasi konsep pendidikan konsumen, (2) refleksi tentang penggalian nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi, (3) refleksi tentang keterkaitan sistem nilai yang sudah digali dengan dimensi pembentuk karakter, (4) refleksi pentingnya memiliki nilai-nilai moral/kehidupan oleh mahasiswa, (5) refleksi pengamalan nilai-nilai moral/kehidupan sebagai wujud terjadinya pembentukan karakter oleh mahasiswa setelah mengikuti pembelajaran dengan menggunakan metode aktivitas reflektif.

5. Instrumen Penelitian

Tujuan pembuatan instrumen atau alat ukur adalah untuk mengetahui pendapat mahasiswa tentang pentingnya kurikulum/materi kuliah pendidikan konsumen dimiliki oleh mereka. Instrumen dipergunakan juga untuk mengukur daya serap internalisasi nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen. Instrumen tersebut juga dapat dipergunakan sebagai dasar evaluasi dan analisis efektivitas pencapaian kurikulum/materi pendidikan konsumen yang pernah dipelajari mahasiswa. Instrumen atau alat ukur yang dipersiapkan sudah melewati tahapan pengembangan sebagai berikut.

Pertama, verifikasi validitas konstruk; pertanyaan dipersiapkan dengan mengacu kepada kurikulum/materi pendidikan konsumen yang implisit yang di dalamnya mengandung

nilai-nilai kehidupan konsumen. **Kedua**, analisis validitas empiris; pra uji coba instrumen dilakukan dengan melibatkan 10 orang mahasiswa yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman instrumen oleh calon responden, mengidentifikasi masalah yang masih mungkin dijumpai dan untuk mengetahui perkiraan waktu menjawab angket, untuk memperoleh pengalaman melaksanakan pengumpulan data. Berbagai saran dan keluhan yang diperoleh dari kegiatan ini dipergunakan untuk menyempurnakan instrumen. **Ketiga**, analisis reliabilitas; berdasar data hasil uji coba instrumen kemudian juga dihitung koefisien reliabilitas dengan formula Alpha. **Keempat**, seleksi butir dan perbaikan serta penyempurnaan instrument.

Instrumen penelitian yang dipersiapkan dan dikembangkan sebagai perangkat aktivitas reflektif adalah sebagai berikut: 1) menggali pendapat mahasiswa tentang pentingnya kurikulum/materi kuliah pendidikan konsumen dimiliki oleh mereka. 2) instrumen aktivitas reflektif untuk menggali nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam tujuan pembelajaran. Tujuan penggunaan instrumen ini untuk mengungkap nilai kehidupan konsumen yang dapat digunakan sebagai dimensi pembentuk karakter siswa melalui pendidikan nilai, 3) instrumen refleksi pengamalan nilai-nilai kehidupan sebagai wujud pembentukan karakter. Instrumen variabel pembentukan karakter dikembangkan sendiri oleh peneliti. Pengembangannya menggunakan kisi-kisi nilai-nilai moral/kehidupan hasil refleksi para mahasiswa. Tujuan menggunakan instrumen ini untuk mengungkap daya serap perolehan sistem nilai kehidupan yang telah dimiliki mahasiswa, yang ditunjukkan dalam bentuk tingkatan perilaku sampai pada perwujudan menjadi suatu pembiasaan yang telah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Ini merupakan suatu gambaran tentang tingkatan pembentukan karakter mahasiswa dengan menerapkan sistem nilai kehidupan sehari-hari melalui cara berkonsumsinya. Instrumen ini dibuat menggunakan bentuk skala Likert dengan empat option jawaban yaitu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari (skor 4), sudah melakukan (skor 3), belum melakukan (skor 2), dan tidak pernah terpikirkan (skor 1). Instrumen ini dikembangkan hanya dari 16 nilai kehidupan berdasarkan hasil refleksi para mahasiswa. Kisi-kisi penyusunan variabel pembentukan karakter dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan

No	Sistem Nilai	Butir Variabel		Jumlah butir
		Butir +	Butir -	
1	Kesadaran diri	1 35	18 52 59	5
2	Tanggung Jawab	2 19 34 36 51, 34	17	7
3	Hemat	3 20 37	53	4
4	Bijaksana	4 21 38	58	4
5	Bertujuan	22 39 54	5	4
6	Teliti	60	6 23 40	4
7	Mencari Informasi	24 41	7	3
8	Toleransi sosial	25 42	8	3
9	Peka	26 43 55	9	4
10	Kritis	27 56	10 44	4
11	Peduli	11 45	28	3
12	Keadilan	12 46	29	3
13	Sederhana	13 30	47	3
14	Sadar Lingkungan	14 48 57	31	4
15	Produktif	15 32 49	-	3
16	Menghargai Uang	16 33 50	-	3
Jumlah butir		42	19	60

Angket variabel pembentukan karakter menggunakan enam puluh butir untuk mengungkap terinternalisasinya sistem nilai yang diwujudkan dalam bentuk sikap dan perilaku yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari yang terdiri dari 41 butir positif dan 19 butir negatif.

6. Uji Coba dan Analisis Instrumen

Peneliti tidak melakukan uji coba terhadap instrumen untuk aktivitas reflektif mahasiswa karena fungsinya untuk mengungkap berdasarkan hasil refleksi mereka. Adapun instrumen yang diujicobakan adalah kuesioner yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengamalan nilai kehidupan sebagai wujud terjadinya pembentukan karakter. Butir instrumen dikembangkan berdasarkan 17 nilai-nilai kehidupan menjadi 60 butir untuk mengungkap gambaran terjadinya pembentukan karakter mahasiswa dengan option yang menunjukkan perilaku/perbuatan melakukan nilai-nilai kehidupan sebagai wujud terjadinya pembentukan karakter.

Peneliti melakukan uji coba terhadap instrumen pembentukan karakter. Masing-masing butir kuesioner dengan empat skala jawaban, diberi nilai antara empat sampai dengan satu untuk butir positif dan diberi nilai antara satu sampai empat untuk butir negatif. Berdasarkan penilaian sebagaimana tersebut di atas, maka dilakukan analisis uji coba. Hasil uji coba dianalisis kelayakan butir-butirnya dengan bantuan *software SPSS for Window versi 10.0* untuk analisis faktor. Suatu butir dinyatakan valid/sahih jika besarnya muatan faktor terendah 0,3. Ketentuan yang digunakan untuk mempertahankan butir adalah butir dinyatakan layak berdasarkan besarnya muatan faktor, yaitu lebih besar dari 0,30 (Camines & Zeller, 1979). Butir yang dipertahankan adalah butir yang memenuhi persyaratan tersebut. Penggunaan istilah valid dalam penelitian ini mempunyai esensi sebagai *item discrimination* (p_u atau r_u) atau korelasi skor butir dengan skor total atau sebagai bagian dari indeks reliabilitas butir (Kumaidi, 2004).

Pada proses refleksi nilai dalam pengembangan instrumen dilakukan uji coba menggunakan analisis faktor dengan tujuan untuk melacak transformasi item dan komponen faktornya. Merefleksikan nilai berdasarkan konfirmatorik yaitu mengacu pada konsep dan manfaat pendidikan konsumen, dan yang dipergunakan untuk mengukur pembentukan karakter hanya sejumlah 17 sistem nilai kehidupan yang kemudian direduksi menjadi 60 butir. Kemudian dilakukan analisis faktor dengan 3 pengelompokan butir dan kemudian dilakukan analisis faktor. Hasil analisis faktor setiap butir tidak ada yang gugur semua butir mempunyai muatan faktor di atas 0,3. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* di atas 0,50, *total variance explained (TVE)* angka di bawah 56% yaitu berkisar antara 30,09% - 40,68% dan angka *reliability coefficients alpha* di atas 0,8.

Hasil analisis faktor yang dikelompokkan menjadi 3 merupakan hasil jawaban yang pasti secara bukti empirik. Hasil analisis faktor untuk kuesioner pembentukan karakter adalah

sebagai berikut: hasil analisis faktor menunjukkan terbentuknya tiga faktor yaitu faktor satu terdiri dari butir nomor 2, 7, 13, 15, 16, 19, 22, 24, 25, 28, 30,32, 35, 39, 41, 50, 56, dan 60. Faktor dua terdiri dari butir nomor 4, 5, 6, 9, 10, 12, 17, 18, 20, 23, 24, 26, 29, 33, 34,37, 38, 40, 46, 47, 48, 49, 51, 54, 55, dan 58. Faktor tiga terdiri dari butir nomor 1, 3, 8, 11, 14, 21, 27, 31, 36, 42, 43, 44, 45, 50, 52, 53, 57, dan 59. Semua butir mempunyai **muatan faktor lebih besar dari 0,30**. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* 0,608, *total variance explained (TVE)* 30,093% dan angka perhitungan *reliability coefficients alpha* sebesar **0,80**. Berdasarkan analisis faktor diketahui bahwa semua butir dinyatakan valid.

7. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif data kualitatif, data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif dengan memperhatikan tujuan penelitian. Data tersebut merupakan hasil analisis reflektif yang sesuai dengan unsur-unsur tahapan pendidikan karakter yang dijarah menggunakan lembar aktivitas reflektif. Data yang diperoleh dari analisis angket penelitian yang terkumpul dianalisis dengan analisis deskriptif.

Data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, angket, jawaban esai dan observasi akan diklasifikasi dan dianalisis secara manual, kemudian disintesis antara data satu dengan yang lain, baik data kualitatif maupun data kuantitatif. Setelah itu peneliti membuat suatu kesimpulan yang dapat mendukung tujuan penelitian dan hipotesis penelitian.

Seluruh data hasil pengukuran aktivitas reflektif penggalian pentingnya kurikulum/materi pembelajaran pendidikan konsumen untuk dimiliki, kandungan nilai-nilai kehidupan di dalamnya, serta pengamalan nilai-nilai sebagai pembentukan karakter, dianalisis atau dihitung kemudian dibuat kurva distribusi frekuensi dan dicari mean, simpangan baku dan varians, sebagai data *base* analisis selanjutnya. Untuk membantu kelancaran analisis deskriptif data kuantitatif, digunakan Program SPSS-10, sub program *Descriptive – Explore* dan program lain yang terkait, untuk mengetahui deskripsi statistik terhadap variabel dan data pendukung lainnya.

Klasifikasi kelompok skor untuk menetapkan kriteria keberhasilan terjadinya pembentukan karakter menggunakan skor ideal berdasarkan jumlah butir item variable pembentukan karakter dilihat dari skor maksimum dan minimum, yang kemudian diklasifikasikan menjadi kelompok baik, cukup, kurang, dan rendah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap efektivitas kurikulum mata kuliah pendidikan konsumen yang telah dibelajarkan dalam membentuk karakter mahasiswa, hasil analisis reflektif mahasiswa tentang pentingnya/perlunya mempelajari materi mata kuliah pendidikan konsumen, hasil analisis reflektif mahasiswa tentang kandungan nilai kehidupan dalam setiap materi kuliah pendidikan konsumen, mengamalkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam kehidupan sehari-hari, dan alasan atau kendala yang menyebabkan mereka tidak/belum menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut. Variabel dalam penelitian ini adalah evaluasi reflektif kurikulum/materi mata kuliah pendidikan konsumen yang di dalamnya mengandung nilai-nilai kehidupan telah diamalkan oleh mahasiswa sebagai dimensi pembentuk karakter mereka.

Mengukur efektivitas pembelajaran mata kuliah pendidikan konsumen yang di dalamnya mengandung nilai-nilai kehidupan, menggunakan cara evaluasi reflektif oleh para mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah tersebut. Secara berurutan penjelasan hasil analisis data penelitian yang telah diperoleh, diawali dengan mendeskripsikan konteks pendidikan nilai berdasarkan hasil aktivitas refleksi dan angket pengamalan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam materi kuliah dalam pembentukan karakter, serta alasannya/kendala penyebab belumlah mengamalkan nilai-nilai kehidupan tersebut.

1. Pendapat Mahasiswa Tentang Pentingnya/perlunya Membekali Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Dalam Menjalani Kehidupan

Pendidikan konsumen tidak dapat diabaikan karena diyakini sangat berperan dalam membentuk karakter karena di dalamnya banyak mengandung nilai-nilai kehidupan. Munculnya nilai-nilai, seperti hedonisme dan narkoba yang semakin marak berkembang di lingkungan anak remaja, menunjukkan masih gagalnya pendidikan diantaranya (pendidikan konsumen) dalam membentuk karakter remaja. Hal tersebut semakin membuat kegelisahan pendidikan di Indonesia. Ini menjadi tantangan tersendiri, karena kompetensi ilmu dituntut tinggi tetapi nilai kemanusiaan juga dituntut tinggi. Untuk menepis pengaruh negatif perkembangan masyarakat, seperti derasnya arus persaingan pasar bebas dengan munculnya pusat-pusat

perbelanjaan yang menimbulkan perilaku konsumtif dan terjerumusnya sebagian remaja terhadap narkoba, pembelajaran pendidikan konsumen perlu diarahkan mendekati peri kehidupan masyarakat sekitar dengan menghayati nilai-nilai kehidupan masyarakat yang berkembang dalam aspek pembentukan karakter mulia. Upaya ini memerlukan kerja sama yang sinergis antara peran pusat-pusat pendidikan (keluarga, sekolah/perguruan tinggi, masyarakat) agar pendidikan karakter melalui penanaman nilai-nilai dapat terimplementasikan secara efektif. Salah satu cara untuk membekali masyarakat yaitu melalui pemberian mata kuliah pendidikan konsumen di Perguruan Tinggi khususnya Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana. Pendidikan konsumen mengandung banyak nilai kehidupan yang dapat membentuk karakter konsumen yang bijak. Berikut ini adalah gambaran secara umum hasil evaluasi reflektif pendapat mahasiswa tentang pentingnya mempelajari materi pendidikan konsumen.

Tabel 4. Pendapat Mahasiswa Tentang Pentingnya Mempelajari Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen

KOMPETENSI DASAR	Penting %	Tidak Penting %
1. Mendeskripsikan definisi pendidikan konsumen	94,3	5,7
2. Mendeskripsikan prinsip pendidikan konsumen:		
a. Mengelola keuangan personal	99	1
b. Melakukan tindakan untuk membuat keputusan membeli	98	2
c. Berpartisipasi sebagai anggota masyarakat	95	5
3. Mendeskripsikan manfaat mempelajari pendidikan konsumen		
a. Meningkatkan kesadaran ketika akan berkonsumsi	98	2
b. Menambah pengetahuan barang dan jasa	96,7	3,3
c. Membina keterampilan (membuat sendiri)	87,8	2,2
d. Melakukan tindakan ketika berkonsumsi	95	5
4. Mengenal Hak-Hak Konsumen	96	4
5. Mengenal kewajiban membaca label barang	95,2	4,8
6. Mengenal dan menerapkan perlindungan konsumen	91	9
7. Menerapkan gerakan perlindungan konsumen secara perorangan	84,5	15,5
8. Membentuk gerakan perlindungan konsumen secara kelompok untuk kesejahteraan masyarakat	84,5	15,5
9. Mengenal permasalahan konsumen tentang peraturan jual beli dan cara mengatasinya	94,3	5,7
10. Mengenal permasalahan konsumen tentang gugatan ganti Rugi dan cara mengatasinya	92,7	7,3
11. Mengenal permasalahan konsumen tentang iklan dan cara Mengatasinya	92,7	7,3
12. Mengenal permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan kemasan pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	96,7	3,3
13. Mengenal permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan label pada spesifikasi produk dan cara	95	5

mengatasinya		
14. Mengetahui permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan ukuran/takaran pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	92,7	7,3
15. Mengetahui permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan standarisasi produk pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	91,9	8,1
16. Mengetahui cara melakukan pengaduan	91,9	8,1
17. Mengelola keuangan personal secara bijaksana	94,3	5,7
18. Mengetahui teori perilaku (cari informasi, menilai, membandingkan, membeli, evaluasi pasca beli) dalam membuat keputusan membeli secara bijaksana	97,6	2,4
19. Mengetahui cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai kebutuhan pangan	96,7	3,3
20. Mengetahui cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai kebutuhan Sandang	97,6	2,4
21. Mengetahui cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai Kebutuhan Kecantikan	89,4	10,6
22. Mengetahui cara berkonsumsi secara cerdas pada berbagai Kebutuhan Keperluan rumah tangga (perabot dan peralatan)	88,6	11,4
23. Mengetahui cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai Kebutuhan obat-obatan	94,3	5,7
24. Mengimplementasikan perilaku konsumen busana yang baik dan benar	96,7	3,3
25. Mengimplementasikan perilaku konsumen lenan rumah tangga yang baik dan benar	89,4	10,6
26. Mengimplementasikan perilaku konsumen asesories yang baik dan benar	87,8	12,2
27. Mengimplementasikan perilaku konsumen kecantikan yang baik dan benar	90,2	9,8
28. Mengimplementasikan perilaku konsumen obat yang baik dan benar	93,4	6,6
29. Mengetahui Yayasan Lembaga Konsumen dan kegiatannya	95,1	4,9

Berdasarkan hasil reflektif mahasiswa, menunjukkan bahwa kompetensi dasar yang implisit dalam materi mata kuliah Pendidikan Konsumen yang diberikan penting/perlu untuk dimiliki oleh mereka dalam menjalani kehidupan sehari-hari sebagai seorang konsumen. Hal tersebut dibuktikan oleh skor persentase berada di atas delapan puluh persen. Meskipun demikian terdapat juga materi pembentukan gerakan konsumen secara kelompok yang dianggap tidak penting dimiliki meskipun hanya sebesar lima belas persen.

Di samping itu dilakukan pula pemaknaan oleh mahasiswa secara lebih mendalam tentang definisi Pendidikan Konsumen, yang menurut mereka terdapat tiga klasifikasi konsep yang terkandung dalam definisi tersebut yang merupakan pengetahuan dan keterampilan untuk membekali seorang konsumen. Berikut ini hasil pemaknaan para mahasiswa tentang materi pembelajaran Pendidikan Konsumen atau tujuan pembelajaran pendidikan konsumen yang terkandung dalam klasifikasi konsep pendidikan konsumen, tertuang dalam tabel di bawah ini.

Tabel 5. Tujuan Dari Materi Pembelajaran yang Terkandung dalam Definisi Pendidikan Konsumen

Pilihan Konsumen dan Pembuatan Keputusan	Pengaturan Keuangan Personal	Partisipasi Warga Dalam Pangsa Pasar
1. Menanamkan kemampuan memilih barang dan jasa konsumsi pada tingkat harga dan jaminan mutu yang setara dan sesuai dengan kebutuhan.	1. Menanamkan kesadaran membeli dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan barang yang dikonsumsi.	1. Mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada terhadap segala akibat yang ditimbulkan oleh pola konsumsi terhadap orang lain terutama kelompok nirdaya.
2. Mengembangkan kepedulian terhadap urusan uang dan pengetahuan tentang penggunaan uang secara bijaksana dengan membuat anggaran.	2. Mengembangkan kemampuan mengenal kehidupan suatu masyarakat dan menyadari saling ketergantungan kehidupan sosial, misal membayar pajak, rekening, iuran dll.	2. 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.
3. Menanamkan kemampuan melihat dan memeriksa barang dalam perilaku konsumsi.	3. Mendorong penggunaan sumber-sumber secara efisien dari pada memboroskan, dan menerapkan hidup hemat dan sederhana dalam perilaku konsumsi dengan menabung.	3. Mengembangkan kemampuan memperjuangkan keadilan sesama konsumen terutama pihak yang nirdaya, sehingga membantu menciptakan masyarakat adil, lebih terbuka dan rasional.
4. Mengembangkan kemampuan tanggap terhadap segala perubahan yang terjadi di pangsa pasar dalam perilaku konsumsi.	4. Menanamkan pemahaman untuk hidup wajar tidak berlebihan	4. Mengembangkan pemahaman terhadap segala akibat tindakan konsumsi terhadap lingkungan, menghemat sumberdaya alam dan melindungi bumi demi generasi mendatang.
5. Mengembangkan kemampuan memperoleh informasi untuk keperluan memilih dan membeli	5. Mengembangkan kemampuan memanfaatkan barang bekas dan berusaha untuk membuat sendiri dengan menggunakan biaya murah, higienis, aman.	5. Menanamkan pemahaman agar menghargai dan mencintai serta memiliki kebanggaan terhadap barang-barang yang diproduksi oleh bangsa sendiri
6. Mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada dan kritis terhadap harga dan mutu suatu barang dan jasa yang digunakan.	6. Menanamkan pemahaman untuk menghargai barang yang dimiliki dengan merawat barang tersebut	

7.Menanamkan keberanian untuk protes terhadap perlakuan yang tidak adil dalam proses pembelian serta mengadu apabila merasa dirugikan	7.Menanamkan untuk membuat perencanaan sebelum membeli, selalu mencatat segala pengeluaran dan mengevaluasi hasil pembelian dengan kesesuaian perencanaan	
8.Menanamkan rasa percaya diri ketika berkonsumsi untuk tidak terpengaruh iming-iming orang lain maupun produsen		

Hasil analisis reflektif mahasiswa memperlihatkan tentang kompetensi yang dapat diberikan kepada mahasiswa melalui materi perkuliahan yang terkandung dalam definisi pendidikan konsumen. Konsep tentang pembuatan keputusan membeli mengandung 8 materi pembelajaran yang di dalamnya juga mengandung nilai-nilai kehidupan konsumen. Berdasarkan hasil analisis mereka pula, terdapat 7 materi pembelajaran dan nilai-nilai moral/kehidupan pada konsep pengaturan keuangan personal. Adapun konsep partisipasi warga dalam pangsa pasar mengandung 5 materi pembelajaran yang sekaligus terkandung di dalamnya nilai-nilai moral/kehidupan.

2. Analisis Reflektif Mahasiswa Tentang Nilai-Nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen

Berdasarkan hasil refleksi mahasiswa, nilai-nilai yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen merupakan nilai etika (baik-buruk) yang terkait dengan moral. Sifat baik-buruk menurut mereka sudah menyatu dengan tindakan, erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial yang teruji secara langsung. Nilai-nilai moral yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen menurut mereka dapat membantu untuk membentuk sikap dan perilaku menjadi konsumen yang bijaksana yang bermuara pada pembentukan karakter. Menurut mereka sikap berisikan suatu pandangan dari dalam diri, sedangkan perilaku merupakan perwujudan dari tindakan yang mencerminkan sikap dasar. Keduanya saling melengkapi, sikap menjadi dasar bertindak dan tindakan menjadi ungkapan sikap tersebut. Hasil analisis refleksi mahasiswa terdapat 16 nilai-nilai moral yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen.

Berikut ini disajikan hasil refleksi para mahasiswa tentang kandungan nilai-nilai moral/kehidupan dalam kurikulum/materi mata kuliah pendidikan konsumen.

Tabel 6. Nilai-nilai Moral Kehidupan Yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen

TOPIK MATERI PENDIDIKAN KONSUMEN	Kandungan Nilai-nilai Kehidupan
1. Pengertian/definisi pendidikan konsumen	Kesadaran diri, bertujuan
2. Prinsip-prinsip pendidikan konsumen:	
a. Mengelola keuangan personal	Hemat
b. Melakukan tindakan untuk membuat keputusan membeli	Teliti, tanggung jawab, kesadaran
c. Berpartisipasi sebagai anggota masyarakat	Tanggung jawab, kepedulian sosial
3. Manfaat mempelajari pendidikan konsumen	
a. Meningkatkan kesadaran ketika akan berkonsumsi	Teliti, kesadaran diri
b. Menambah pengetahuan barang dan jasa	Teliti, kesadaran diri, mencari info
c. Membina keterampilan (membuat sendiri)	Hemat, kesadaran diri, produktif
d. Melakukan tindakan ketika berkonsumsi	Teliti, kesadaran diri, kritis
4. Pengenalan Hak-Hak Konsumen	
a. Pengenalan hak kenyamanan, keamanan, keselamatan	Teliti, bertujuan
b. Pengenalan hak memilih barang	Teliti
c. Pengenalan hak atas informasi	Bertujuan, kritis, mencari informasi
d. Pengenalan hak didengar	Kesadaran diri, bertujuan, keadilan
e. Pengenalan hak mendapatkan advokasi	Kesadaran diri, bertujuan, keadilan
f. Pengenalan hak pembinaan/pendidikan konsumen	Kesadaran diri, bertujuan, keadilan, mencari informasi
g. Pengenalan hak diperlakukan/dilayani	Kesadaran diri, bertujuan, keadilan
h. Pengenalan hak mendapatkan kompensasi	Kesadaran diri, bertujuan, keadilan
5. Pengenalan kewajiban membaca label barang	
a. Kewajiban beritikad baik dlm berkonsumsi	Teliti, tanggung jawab, kesadaran diri
b. Kewajiban membayar sesuai harga	Tanggung jawab, kesadaran diri, menghargai uang
c. Kewajiban mengikuti upaya penyelesaian hukum	Tanggung jawab, kesadaran diri, keadilan
d. Kewajiban memiliki kesadaran kritis	Kesadaran diri, kritis
e. Kewajiban bertindak untuk memperoleh keadilan	Kesadaran diri, keadilan
f. Kewajiban memiliki kepeduliam sosial	Tanggung jawab, toleransi sosial, kepedulian sosial
g. Kewajiban memiliki kesadaran lingkungan hidup yg sehat	Tanggung jawab, kesadaran diri, sadar lingkungan
h. Kewajiban setiakawan sesama konsumen	Tanggung jawab, kesadaran diri, toleransi sosial, kepedulian
6. Pengenalan dan penerapan perlindungan konsumen	Peka, toleransi sosial, kepedulian
7. Penerapan gerakan perlindungan konsumen secara perorangan	Tanggung jawab, kesadaran diri, toleransi sosial
8. Pembentukan gerakan perlindungan konsumen secara kelompok untuk kesejahteraan masyarakat	Toleransi sosial, kepedulian
9. Pengenalan permasalahan konsumen tentang peraturan jual beli dan cara mengatasinya	Teliti, kesadaran diri, kepedulian
10. Pengenalan permasalahan konsumen tentang gugatan ganti Rugi dan cara mengatasinya	Kritis, keadilan, kepedulian
11. Pengenalan permasalahan konsumen tentang iklan dan cara Mengatasinya	Teliti, kritis, mencari informasi
12. Pengenalan permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan kemasan pada spesifikasi produk dan cara	Teliti, kritis, mencari informasi

mengatasinya	
13. Pengenalan permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan label pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	Teliti, peka, mencari informasi
14. Pengenalan permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan ukuran/takaran pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	Teliti, peka, mencari informasi
15. Pengenalan permasalahan konsumen tentang mutu barang yang Berkaitan dengan standarisasi produk pada spesifikasi produk dan cara mengatasinya	Teliti, peka, mencari informasi
16. Pengenalan cara melakukan pengaduan	Keadilan, mencari informasi
17. Mengelola keuangan personal secara bijaksana	Hemat, bijaksana, menghargai uang
18. Pengenalan teori perilaku (cari informasi, menilai, membandingkan, membeli, evaluasi pasca beli) dalam membuat keputusan membeli secara bijaksana	Teliti, kesadaran diri, mencari informasi
19. Pengenalan cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai kebutuhan pangan	Hemat, teliti, mencari informasi
20. Pengenalan cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai kebutuhan Sandang	Hemat, teliti, mencari informasi
21. Pengenalan cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai Kebutuhan Kecantikan	Hemat, teliti, mencari informasi
22. Pengenalan cara berkonsumsi secara cerdas pada berbagai Kebutuhan Keperluan rumah tangga (perabot dan peralatan)	Hemat, teliti, bertujuan, mencari informasi
23. Pengenalan cara berkonsumsi secara cerdas untuk berbagai Kebutuhan obat-obatan	Teliti, bertujuan, mencari informasi
24. Implementasi perilaku konsumen busana yang baik dan benar	Teliti, kesadaran diri, peka
25. Implementasi perilaku konsumen lenan rumah tangga yang baik dan benar	Teliti, kesadaran diri, peka
26. Implementasi perilaku konsumen asesories yang baik dan benar	Teliti, kesadaran diri, bertujuan
27. Implementasi perilaku konsumen kecantikan yang baik dan benar	Teliti, kesadaran diri, bertujuan
28. Implementasi perilaku konsumen obat yang baik dan benar	Teliti, kesadaran diri, sadar lingkungan
29. Pengenalan Yayasan Lembaga Konsumen dan kegiatannya	Bertujuan, mencari informasi

Hasil analisis reflektif mahasiswa bila dicermati lebih mendalam, memperlihatkan bahwa dalam kurikulum/materi perkuliahan pendidikan banyak mengandung nilai-nilai moral kehidupan konsumen. Berdasarkan temuan hasil analisis reflektif mahasiswa di atas, terdapat 16 nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen. Nilai-nilai kehidupan tersebut bila diamalkan dengan secara terus menerus akan membentuk karakter seseorang konsumen secara bijaksana.

Para mahasiswa mengemukakan alasan bahwa nilai-nilai kehidupan penting untuk dimiliki supaya dapat lebih memahami makna dari nilai-nilai kehidupan dan menyadari akan pentingnya nilai-nilai untuk dimiliki kemudian mau membiasakan diri untuk menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam perilaku ekonomi terutama sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Para mahasiswa sepakat mengatakan dan berharap agar nilai-nilai kehidupan tersebut bisa membantu pembentukan pribadi seseorang secara cerdas baik kognisi, afeksi dan psikomotoris.

3. Pengamalan Nilai-Nilai Kehidupan Konsumen yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen oleh Mahasiswa

Pendidikan nilai mengawali salah satu langkah untuk ikut membenahi kualitas pendidikan dalam membentuk karakter sumber daya manusia. Berdasarkan fakta yang ada sekarang ini perilaku konsumtif sudah merambah ke anak remaja yang telah mengarah kepada perbuatan negatif sebagai penyakit masyarakat. Bagian ini mengungkap sejauh mana pengamalan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen oleh para mahasiswa sebagai indikasi kearah terjadinya pembentukan karakter mereka.

Temuan ini didasarkan pada hasil refleksi para mahasiswa melalui lembar aktivitas reflektif tentang pengamalan mahasiswa terhadap nilai-nilai kehidupan konsumen yang telah mereka peroleh ketika menempuh mata kuliah pendidikan konsumen. Hasil perhitungan ini berdasarkan persentase kolom implementasi nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dengan menggunakan empat option jawaban yang menunjukkan kegiatan mengamalkan nilai-nilai yaitu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari diberi skor (4), sudah mengetahui dan sering melakukan (3), sudah mengetahui jarang melakukan (2), dan sudah mengetahui namun tidak pernah melakukan (1).

Data dilapangan menunjukkan bahwa pengamalan terhadap nilai-nilai kehidupan sebagai pembentukan karakter mahasiswa sudah termasuk pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (174,97) berada pada rentang klasifikasi skor ideal pada kategori baik dari skor maksimum 244 dan skor minimum 61. Berikut di bawah ini table klasifikasi skor pengamalan nilai-nilai kehidupan konsumen.

Tabel 7. Klasifikasi Skor Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan

Kelas	Skor	Kategori
1	>199 - 244	Sangat baik
2	>153 - 199	Baik
3	>107 - 153	Cukup
4	61 - 107	Kurang

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa nilai-nilai kehidupan yang sudah diyakini dan terinternalisasi oleh mahasiswa diaktualisasikan dalam bentuk tindakan pembiasaan sehari-hari sebagai pencerminan pembentukan karakter mereka. Dari 123 mahasiswa sebanyak 11 orang (9%) termasuk dalam kategori sangat baik, 106 orang (86%) memiliki kategori baik, dan sebanyak 6 orang (5%) kecenderungan cukup baik mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen. Dari informasi tersebut dapat diketahui bahwa pembentukan karakter para mahasiswa termasuk kategori baik. Hal ini berarti bahwa nilai-nilai kehidupan yang terinternalisasi pada diri mahasiswa telah diamalkan dengan baik dalam bentuk tindakan sehari-hari yang diyakininya dapat membentuk karakter.

Lebih jelasnya, spesifikasi aspek pembentukan karakter yang telah muncul bila ditinjau berdasarkan dimensi nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan konsumen

No	Nilai-nilai Kehidupan Konsumen	Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan	
		Sering Melakukan dan Menjadi Kebiasaan	Tidak dan Jarang Melakukan
1	Kesadaran diri	74%	28%
2	Tanggung jawab	91%	9%
3	Hemat	77%	23%
4	Bijaksana	78%	22%
5	Bertujuan	74%	26%
6	Teliti	84%	16%
7	Mencari informasi	79%	21%
8	Toleransi sosial	97%	3%
9	Peka	77%	23%
10	Kritis	75%	25%
11	Peduli	47%	53%
12	Keadilan	53%	47%
13	Sederhana	79%	21%
14	Sadar lingkungan	52%	48%
15	Berproduktif	74%	26%
16	Menghargai uang	75%	25%

Temuan di atas menggambarkan bahwa pembentukan karakter mahasiswa melalui pengamalan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen tergolong baik, hal ini dibuktikan terdapat tiga belas nilai-nilai kehidupan telah terinternalisasi baik dalam membentuk karakter para mahasiswa dari 16 nilai yang terkandung dalam materi pendidikan konsumen. Hanya 3 nilai yang berada di bawah skor 70% yaitu nilai peduli, keadilan dan sadar lingkungan. Artinya kadar pemberian teladan dan penanaman nilai-nilai kehidupan yang diyakini dapat membentuk karakter mahasiswa masih perlu untuk ditingkatkan, agar semua nilai dapat diamalkan seluruhnya oleh mahasiswa. Dengan lebih menanamkan nilai-nilai kehidupan sebagai dimensi pembentuk karakter, mahasiswa akan semakin terinternalisasi nilai-nilai kehidupan tersebut dan akan membiasakan dirinya untuk menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam perilaku ekonomi terutama sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari.

Bila dicermati secara rinci pengamalan nilai-nilai kehidupan oleh para mahasiswa berdasarkan pengelompokkan sering melakukan dan sudah menjadi kebiasaan, terdapat 87 orang (70,73 %) sudah mengamalkan. Demikian halnya berdasarkan pada pengelompokkan tidak pernah dan jarang melakukan/mengamalkan nilai-nilai kehidupan sebanyak 36 orang (29,27 %) mahasiswa. Hasil temuan ini bila dimaknai lebih mendalam membuktikan bahwa nilai-nilai yang implisit dalam materi kuliah pendidikan konsumen sudah diamalkan dengan baik oleh para mahasiswa, meskipun masih terdapat beberapa mahasiswa yang masih jarang melakukan maupun tidak pernah mengamalkan nilai-nilai kehidupan tersebut. Dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa nilai-nilai kehidupan konsumen dalam materi pendidikan konsumen bermanfaat untuk membentuk karakter para mahasiswa.

Berdasarkan temuan yang telah tersaji, bila ditinjau dari aspek nilai-nilai kehidupan konsumen, terdapat 10 perilaku mahasiswa yang tidak pernah atau jarang diamalkan oleh mereka. Aspek perilaku ini berada di bawah skor 2,5 dari rentang kriteria skor 1 sampai 4. Adapun perilaku-perilaku tersebut sebagai berikut:

Tabel 9. Daftar Perilaku Mahasiswa Dalam Nilai-nilai Kehidupan yang Jarang/Tidak Pernah Diamalkan

Nilai-nilai Kehidupan/Moral	Perilaku Konsumen dalam Nilai-nilai
Teliti	Mencatat segala penerimaan dan pengeluaran uang
Peduli	Merayakan ulang tahun/ungkapan syukur dengan anak yatim/anak jalanan
Produktif	Memanfaatkan hoby dengan membuat asesoris/menjahit dll untuk mendapatkan/menambah uang saku
Hemat	Membawa bekal dari rumah agar tidak jajan di kampus
Bertujuan	Menganggarkan dari uang saku untuk membeli kado teman/iuran sosial
Teliti	Langsung membayar setelah menerima nota
Tanggung jawab	Membeli dan menggunakan barang/cinderamata hasil kerajinan daerah
Kritis	Melapor ke toko/Yayasan Perlindungan Konsumen bila dirugikan ketika membeli
Sadar Lingkungan	Mengadu bila ada industri disekitarnya membuang limbah yang mencemari lingkungan
Produktivitas	Memodifikasi barang lama yang sudah ada untuk mendapatkan barang baru yang diperlukan

Bila memaknai berdasarkan tabel di atas maka nampak sekali nilai-nilai kehidupan konsumen yang berkaitan dengan materi mengelola keuangan personal tidak diterapkan dengan baik oleh mereka misalnya mencatat pemasukan dan pengeluaran uang. Selain itu pula, perilaku berkonsumsi belum dilakukan dengan secara sungguh-sungguh misalnya saja tidak mengamati terlebih dahulu nota pembelian sebelum membeli. Para mahasiswa nampak masih enggan untuk melaporkan apabila mereka mengalami kerugian. Nampak sekali mahasiswa kurang memiliki rasa hemat dengan membawa bekal makan dari rumah, membuat sendiri cinderamata untuk temannya dan memodifikasi barang lama agar dapat dipakai lagi sesuai dengan trend saat ini.

4. Alasan/kendala Belum Mengamalkan Nilai-Nilai Kehidupan Yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Oleh Mahasiswa

Menurut hasil analisis refleksi yang diperoleh berdasarkan data yang terkumpul, para mahasiswa mengatakan bahwa nilai-nilai kehidupan yang terdapat dalam kurikulum/materi kuliah pendidikan konsumen belum seluruhnya mereka amalkan dalam kehidupan sehari-hari. Di bawah ini merupakan rangkuman yang diperoleh berdasarkan alasan atau kendala yang dialami belum mengamalkan nilai-nilai kehidupan adalah sebagai berikut.

Tabel 10. Alasan/kendala Belum Mengamalkan Nilai-Nilai Kehidupan

No	Nilai-nilai Kehidupan Konsumen	Alasan
1	Kesadaran diri	-Sering tertarik pada barang lain di luar rencana -Sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan membeli -Tergiur untuk suka meniru penampilan orang lain
2	Tanggung jawab	-Hilang kesadaran sehingga membeli barang yang tidak wajar dengan kualitasnya -Suka menggunakan barang bermerek sehingga tidak membeli barang buatan dalam negeri
3	Hemat	-Tidak bisa menabung karena tidak ada uang sisa -Lebih senang jajan karena karena tidak ada waktu untuk memasak -Bangun kesiangan tidak ada waktu memasak atau menyiapkan bekal
4	Bijaksana	-Sulit untuk membedakan kebutuhan dan keinginan

		<ul style="list-style-type: none"> -Tergiur oleh diskon -Tidak bisa mengendalikan keinginan
5	Bertujuan	<ul style="list-style-type: none"> -Merasa ribet untuk mencatat pemasukkan dan pengeluaran uang -Sering lupa mencatat pengeluaran uang -Malas membuat perencanaan penggunaan uang
6	Teliti	<ul style="list-style-type: none"> -Terburu-buru sehingga tidak sempat memeriksa keutuhan dan kebenaran barang -Malas mengadu karena ribet bila menerima uang pengembalian tidak sesuai jumlahnya -Tidak terbiasa mengecek pengembalian uang setelah membeli -Karena terburu-buru barang yang sudah diterima tidak pernah diperiksa kecocokan barang yang dibeli -Tidak teliti membaca label sehingga mendapatkan barang kadaluwarsa
7	Mencari informasi	<ul style="list-style-type: none"> -Merasa terburu-buru untuk mempelajari dan membaca label -Kebutuhan mendadak tidak sempat mencari info
8	Peka	<ul style="list-style-type: none"> -Malu melaporkan kalau dirugikan ketika membeli -Tumbuh rasa iba sehingga malas mengadu bila dirugikan ketika membeli
9	Kritis	<ul style="list-style-type: none"> -Membiarkan dan malas menegur terhadap pelayanan yang tidak memuaskan. -Malas membuat keributan. -Malas sudah komplain tapi tidak didengar atau tidak ada perubahan. -Takut dimarahi oleh penjual bila menegur timbangan yang tidak sesuai -Masih bisa memaklumi mendapatkan barang yang kadaluwarsa dan malas minta ganti rugi -Malas terlalu panjang urusannya bila mengadu bila mengalami kerugian
10	Peduli	<ul style="list-style-type: none"> -Belum mampu mewujudkan karena tidak ada uang lebih -Tidak pernah berbagi pengalaman belanja yang merugikan karena jarang berkumpul dan ngobrol bareng
11	Sadar lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> -Tidak tau informasi terhadap barang konsumsi yang mencemari lingkungan -Terpaksa membeli karena tidak ada pilihan lain -Belum pernah mengadu tentang pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan karena belum pernah menjumpai masalah itu
12	Berproduktif	<ul style="list-style-type: none"> -Belum bisa melakukan karena tugas kuliah menumpuk -Kurang mampu berkreasi untuk membuat barang

		yang bisa dijual -Tidak ada waktu luang untuk membuat sendiri
13	Menghargai uang	-Tidak tau caranya memodifikasi barang lama menjadi baru agar dapat dipergunakan lagi

5. Efektifitas Kurikulum/Materi Pendidikan Konsumen Dalam Membentuk Karakter Mahasiswa Melalui Nilai-Nilai Kehidupan Yang Terkandung Di Dalamnya

Hasil penelitian ini, merangkum hasil reflektif pengamalan nilai-nilai kehidupan oleh mahasiswa dalam bentuk statistik deskriptif. Berdasarkan data yang terkumpul, dapat diketahui bahwa evaluasi reflektif yang digunakan untuk memaknai pengamalan nilai-nilai kehidupan yang dilakukan oleh mahasiswa, bila ditinjau dari tingkat penerapan/pengamalan nilai-nilai dalam kehidupannya menunjukkan 76 % mahasiswa telah mencapai skor nilai pengamalan di atas skor 174 (71%) dari skor tertinggi 244 (100%) variabel pengamalan nilai-nilai yang ini merupakan batas rentang skor B bila ditinjau dari konversi nilai di perguruan tinggi mencapai skor B (71 – 75).

Bila ditinjau dari hasil capaian pengamalan nilai-nilai kehidupan para mahasiswa menunjukkan bahwa pembelajaran pendidikan konsumen yang di dalamnya mengandung nilai-nilai kehidupan belum efektif untuk pembentukan karakter mahasiswa karena skor 76% masih berada di bawah 80% pencapaian dari keseluruhan mahasiswa. Nampak bahwa kesadaran para mahasiswa untuk mengamalkan nilai-nilai kehidupan dalam menjalani kehidupan sehari-hari belum maksimal di terapkan.

Mencermati dari aspek nilai-nilai kehidupan sebagai dimensi pembentuk karakter, tingkat pengamalannya akan disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 11. Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan yang Terkandung Dalam Kurikulum/Materi Pendidikan konsumen

No	Nilai-nilai Kehidupan Konsumen	Pengamalan Nilai-nilai Kehidupan	
		Sering Melakukan dan Menjadi Kebiasaan	Tidak dan Jarang Melakukan
1	Kesadaran diri	74%	28%
2	Tanggung jawab	91%	9%
3	Hemat	77%	23%

4	Bijaksana	78%	22%
5	Bertujuan	74%	26%
6	Teliti	84%	16%
7	Mencari informasi	79%	21%
8	Toleransi sosial	97%	3%
9	Peka	77%	23%
10	Kritis	75%	25%
11	Peduli	47%	53%
12	Keadilan	53%	47%
13	Sederhana	79%	21%
14	Sadar lingkungan	52%	48%
15	Berproduktif	74%	26%
16	Menghargai uang	75%	25%

Berdasarkan data table di atas diketahui bahwa, dari 16 aspek nilai-nilai kehidupan yang digali dari kurikulum/materi pendidikan konsumen nampak bahwa yang berada di atas skor rata-rata pengamalan 71% yang telah diamalkan oleh para mahasiswa terdapat 13 (81%) nilai-nilai kehidupan. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kehidupan yang digali dari kurikulum/materi pendidikan konsumen efektif diterapkan oleh para mahasiswa sebagai dimensi pembentuk karakter mahasiswa. Hasil ini mempunyai makna bahwa pembelajaran nilai melalui pembelajaran pendidikan konsumen diyakini oleh para mahasiswa dapat membentuk karakter konsumen yang bijak dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat efektivitas penggunaan metode aktivitas reflektif pembelajaran nilai pada mata kuliah terhadap pembentukan karakter, kelas yang menggunakan metode aktivitas reflektif pembelajaran nilai terjadi peningkatan pembentukan karakternya

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pentingnya Mempelajari Pendidikan Konsumen dan Nilai Kehidupan Konsumen Sebagai Pembentuk Karakter

Melestarikan dan mengajarkan nilai-nilai moral kepada individu/anak merupakan salah satu kewajiban utama yang harus dijalankan oleh semua pihak, karena akan membentuk karakter dan merupakan fondasi penting bagi terbentuknya sebuah tatanan masyarakat yang beradab dan sejahtera (Ratna Megawangi, 2004). Hal yang sama telah dibuktikan oleh hasil penggalan mahasiswa terhadap tujuan pembelajaran dan nilai-nilai kehidupan dengan menggunakan aktivitas reflektif. Hasil penggalan terhadap nilai kehidupan yang terkandung dalam mata kuliah pendidikan konsumen diperoleh 16 nilai kehidupan. Menurut mahasiswa

nilai-nilai temuannya tersebut sangat mendukung untuk terbentuknya karakter konsumen yang bijak apabila nilai-nilai tersebut dapat tertanam dalam hati sanubari di seluruh individu/masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Sudarminta (2002) bahwa nilai mendasari prinsip dan norma yang memandu sikap dan perilaku orang dalam hidup. Watak dan kepribadian seseorang dibentuk oleh nilai-nilai yang dipilih, diusahakan, dan secara konsisten diwujudkan dalam tindakan. Nilai-nilai pada diri seseorang dapat ditunjukkan oleh cara tingkah lakunya atau hasil tingkah laku.

Dalam penelitian ini, mahasiswa telah mempersepsikan nilai-nilai kehidupan penting untuk dimiliki karena dapat ikut andil dalam membentengi pengaruh informasi yang sangat melaju dengan pesat. Nilai-nilai tersebut perlu untuk dipahami dan dihayati, agar masuk ke dalam hati nurani dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menjadi suatu kebiasaan. Nilai itu harus dirasakan dalam diri masing-masing sebagai daya pendorong atau prinsip-prinsip yang menjadi pedoman dalam hidup. Oleh karena itu menurut mahasiswa perlu dengan serius pendidikan nilai diberikan melalui sekolah maupun masyarakat. Pendidikan nilai yang dibelajarkan harus memberikan makna signifikan bagi pembentukan karakter individu/masyarakat.

Para mahasiswa juga mengatakan bahwa nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen penting untuk dimiliki oleh individu karena dapat memberikan bekal menjadi konsumen yang bijak di era global. Hal tersebut ditunjukkan terdapat 100% mahasiswa mengatakan sangat penting mempelajari kurikulum/materi pendidikan konsumen dan memiliki nilai-nilai kehidupan melalui integrasi pendidikan nilai pada mata kuliah pendidikan konsumen. Beberapa penelitian juga menyarankan pentingnya pendidikan nilai diberikan sejak dini oleh keluarga dan sekolah, agar peserta didik mempunyai kesadaran nilai yang tinggi yang pada gilirannya dapat memotivasi mereka untuk berperilaku yang baik sesuai nilai-nilai kemanusiaan dan keTuhanan. Pembelajaran nilai yang ditanamkan dan disosialisasikan dapat mempribadi pada diri seseorang/mahasiswa, agar mereka mempunyai kesadaran nilai yang tinggi sehingga dapat memotivasi mereka untuk berperilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan.

Hal ini diperkuat dengan pendapat Kevin Ryan dan Thomas Lickona (1992), bahwa kekuatan moral dalam masyarakat yang terlibat dalam perbuatan yang membangun atau membawa kehancuran, adalah bukan suatu kebetulan. Kita dapat mempengaruhi karakter masyarakat dengan mempengaruhi karakter dari generasi mudanya. Maka, membangun masyarakat yang bermoral adalah tanggung jawab semua pihak.

Anak-anak akan tumbuh menjadi pribadi yang berkarakter apabila dapat tumbuh pada lingkungan yang berkarakter. Ini merupakan usaha yang menyeluruh yang harus dilakukan oleh semua pihak. Dengan kata lain, manusia tidak secara alami atau secara spontan tumbuh menjadi manusia yang bermoral baik atau menjadi bijaksana. Mereka bisa demikian, hanya merupakan hasil dari usaha seumur hidup individu dan masyarakat (Aristotle, 1987). Hal ini merupakan tantangan yang luar biasa besarnya, maka perlu ada suatu kesadaran dari seluruh pihak yang melingkupi dan mempengaruhi kehidupan generasi muda, bahwa pendidikan karakter adalah hal yang vital untuk dilakukan. Oleh karena itu, pendidikan karakter hendaknya dilakukan secara eksplisit (terencana), terfokus dan komprehensif, agar pembentukan masyarakat yang berkarakter dapat terwujud.

2. Efektivitas Materi/Kurikulum Pendidikan Konsumen Dalam Mengamalkan Nilai-Nilai Kehidupan Sebagai Pembentukan Karakter

Pendidikan nilai mengawali salah satu langkah untuk ikut membenahi kualitas pendidikan dalam membentuk karakter sumber daya manusia. Berdasarkan fakta yang ada sekarang ini narkoba sudah merajalela di mana-mana, perilaku konsumtif sudah merambah ke anak remaja. Untuk mencegah terjadinya perilaku yang tidak selaras dalam kehidupannya pentingya memberikan pendidikan konsumen yang sarat akan nilai-nilai kehidupan mulai dari bangku sekolah taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi.

Mahasiswa memberikan alasan yang beragam tentang perlunya pendidikan nilai. Mereka mengatakan sangat prihatin dengan keadaan anak sekarang karena bersamaan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dan pengaruh lajunya informasi yang buruk ikut serta mengikis nilai-nilai moral, nilai budi pekerti yang seharusnya dimiliki oleh anak. Responden lainnya mengatakan bahwa anak-anak sekarang banyak yang tidak mengerti nilai-nilai kehidupan konsumen sehingga cenderung boros. Dengan menanamkan pendidikan nilai kehidupan konsumen akan melatih anak untuk kritis, hemat, cermat, teliti, ekonomis dan tanggap terhadap permasalahan sosial serta peduli terhadap orang lain. Dengan menyisipkan nilai-nilai kehidupan yang substansial dalam kehidupan pada setiap pembahasan materi kuliah serta didukung oleh adanya model/keteladanan, baik di rumah, sekolah maupun masyarakat, para mahasiswa berharap akan memahami dan mengamalkan nilai-nilai yang diperoleh dalam kehidupan masyarakat, bangsa dan negara. Pendapat mahasiswa ini dikuatkan pula oleh temuan Carr, (1993) bahwa nilai-nilai seseorang akan terpengaruh, baik secara sadar maupun tidak, dengan teladan yang ditanamkan oleh guru-guru mereka dalam cara mengajar, perilaku dan hubungan mereka.

Pembentukan karakter mahasiswa melalui penanaman nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen tergolong baik. Artinya kadar pemberian teladan dan penanaman nilai kehidupan yang diyakini dapat membentuk karakter mahasiswa masih perlu untuk ditingkatkan karena bila diamati lebih mendalam skor persentase pada option jawaban sering melakukan dan sudah menjadi kebiasaan belum semuanya menunjukkan angka yang tinggi, terdapat tiga aspek nilai yang masih rendah. Dengan lebih menanamkan nilai-nilai pembentuk karakter, mahasiswa akan semakin terinternalisasi nilai-nilai kehidupan tersebut dan akan membiasakan dirinya untuk menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam perilaku ekonomi terutama sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari.

Pembelajaran nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen kepada mahasiswa belum memberikan efek yang bermakna pada aspek pembentukan karakter mereka. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengamalan nilai-nilai kehidupan dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Walaupun belum mencapai 80% dari seluruh kelas yaitu 76%, namun sudah menunjukkan kesadaran diri para mahasiswa cukup baik untuk mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang diyakini dapat sebagai dimensi pembentuk karakter mereka.

Berdasarkan pendekatan ini, pembentukan karakter tidak hanya ditentukan oleh pemberian pendidikan nilai yang menggunakan pesan-pesan tertulis positif, akan tetapi perlunya pembelajaran nilai yang dikemas secara nyata sarat akan pemaknaan dan hasil reflektif. Artinya apabila perpaduan dapat terlaksana secara harmonis, maka akan bisa menumbuhkan pembentuk karakter yang positif. Dengan kata lain, mahasiswa akan terbentuk karakternya dengan baik apabila pada proses pembelajaran selalu melibatkan mereka dengan melakukan pemaknaan melalui aktivitas reflektif terhadap bidang materi ajar. Artinya jika setiap materi yang diajarkan selalu dimaknai secara mendalam antara metode pembelajaran dengan pesan-pesan pendidikan nilai kehidupan yang akan ditanamkan, serta dianggap baik untuk dimiliki nilai-nilai tersebut dan berguna untuk pedoman dalam menjalani kehidupannya, maka akan menghasilkan pembentukan karakter mahasiswa yang bijaksana.

Dalam penelitian ini juga terungkap alasan para mahasiswa belum secara keseluruhan nilai-nilai kehidupan yang mereka dapatkan ketika belajar pendidikan konsumen konsumen diamalkan oleh mereka. Alasan yang diungkapkan dalam tabel terdahulu antara lain ribet, tidak mau berurusan karena membuang-buang waktu, banyak tugas dan sebagainya

menunjukkan bahwa perlunya nilai-nilai kehidupan tersebut diinternalisasikan secara berulang-ulang melalui bervariasi metode pembelajaran dalam menanamkan nilai-nilai. Saat pembelajaran berlangsung mahasiswa diajak untuk menelaah berbagai permasalahan yang terjadi di masyarakat tentang kasus-kasus yang berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen, melalui diskusi penyebab kurigian terjadi bagaimana mencari solusi yang tepat berkaitan dan hak-hak yang dimiliki konsumen dan kewajiban yang yang harus dijalani oleh konsumen.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kurikulum/Materi yang diberikan dalam Mata Kuliah Pendidikan Konsumen menurut mahasiswa (di atas 80%) mengatakan penting/perlu dipelajari/dimiliki untuk menjalani kehidupan mereka sehari-hari
2. Kurikulum/materi pendidikan konsumen yang dipelajari menurut mahasiswa implisit mengandung nilai-nilai kehidupan konsumen sebanyak enam belah aspek nilai kehidupan sebagai dimensi pembentuk karakter
3. Pengamalan oleh mahasiswa terhadap nilai-nilai kehidupan sebagai pembentukan karakter yang terkandung dalam kurikulum/materi pendidikan konsumen sudah termasuk pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (174,97) berada pada rentang klasifikasi skor ideal pada kategori baik dari skor maksimum 244 dan skor minimum 61. Dari 123 mahasiswa sebanyak 11 orang (9%) termasuk dalam kategori sangat baik, 106 orang (86%) memiliki kategori baik, dan sebanyak 6 orang (5%) kecenderungan cukup baik
4. Mahasiswa menyebutkan alasan belum mengimplementasikan nilai-nilai kehidupan konsumen disebabkan ribet, malas, lupa mencatat penerimaan dan pengeluaran uang, tidak mau berurusan dengan pihak penjual bila dirugikan karena membuang-buang waktu, banyak tugas, sulit mengendalikan keinginan, malu mengadu, merasa kurang kreatif mengubah barang lama menjadi barang baru dan lain sebagainya.
5. Kurikulum/materi pendidikan konsumen yang di dalamnya mengandung nilai-nilai moral/kehidupan belum mendekati efektif dalam membentuk karakter konsumen, hal tersebut ditunjukkan oleh skor capaian kategori B (rentang 71-75) baru mencapai 76% dari batas skor efektif 80% diamalkan oleh seluruh mahasiswa sebagai sampel penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai moral/kehidupan yang terkandung dalam mata kuliah pendidikan konsumen belum/tidak efektif dalam membentuk karakter konsumen

B. Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi hasil penelitian adalah menawarkan satu alternatif dalam proses pembelajaran pendidikan nilai untuk pembentukan karakter di perguruan tinggi melalui evaluasi

reflektif terhadap kurikulum/materi kuliah tentang manfaat mata kuliah khususnya mata kuliah Pendidikan Konsumen

2. Perlunya mengupayakan peningkatan kesadaran nilai kehidupan konsumen dan kebermaknaan nilai sampai dapat menginternalisasi pada individu melalui nasehat, keteladanan, diskusi, bermain peran, dan partisipasi dalam kegiatan-kegiatan peristiwa berkonsumsi yang ada di sekitar kehidupan sehari-hari.
3. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter di sekolah/ perguruan tinggi agar lebih efektif, maka perlunya perancang kurikulum untuk mewujudkan kurikulum yang didesain khusus, tidak dibiarkan saja muncul dengan sendirinya. Wujud kurikulum yakni memasukkan aktivitas refleksi pemaknaan nilai pada setiap materi pelajaran yang terkait.
4. Jika akan mengembangkan strategi pembelajaran untuk memenuhi target kurikulum tanpa melupakan tugasnya sebagai pendidik termasuk mengembangkan strategi pembelajaran nilai, maka perlunya pelatihan kreativitas dalam merancang isi pembelajaran, strategi pembelajaran, bentuk mengajar, dan evaluasi.
5. Jika akan meningkatkan penghayatan nilai secara afektif sampai ada satu peristiwa batin yang terjadi dalam diri peserta didik yaitu munculnya keinginan yang sangat kuat (tekad) untuk mengamalkan nilai agar mempribadi pada diri siswa, melalui praktik dengan mengambil pengalaman perilaku berkonsumsi orang lain yang mengandung makna nilai kehidupan. Maka perlunya perancang pembelajaran dalam mengembangkan strategi pembelajaran memaksa para guru/dosen dan peserta didik untuk melaksanakan pembelajaran nilai. Melalui silabi dan buku pegangan yang di dalamnya perlu dilengkapi dengan sub-sub yang berbentuk lembar kerja siswa tentang aktivitas refleksi muatan nilai-nilai kehidupan dalam bentuk perilaku berkonsumsi yang harus dilakukan oleh peserta didik dan harus dinilai oleh guru/dosen. Lembar kerja peserta didik dapat merupakan hasil dari kegiatan diskusi kelompok, bermain peran, berpartisipasi dalam kegiatan sosial.

C. Saran

Untuk meningkatkan kualitas pembentukan karakter melalui pembelajaran nilai tentang nilai-nilai moral/ kehidupan konsumen secara kondusif dan optimal, maka disarankan upaya-upaya antara lain :

1. Meningkatkan kekuatan kesadaran diri guru/dosen untuk selalu dengan rela menanamkan pendidikan nilai secara terus menerus dengan mengaitkan nilai secara terstruktur pada

materi pelajaran yang didesain dalam satuan acuan pembelajaran, tanpa harus adanya instruksi dari pimpinan.

2. Mewujudkan pendidikan karakter di sekolah/ perguruan tinggi dalam kurikulum (didesain khusus) tidak berarti harus dalam bentuk mata pelajaran/kuliah tapi bisa di luar mata pelajaran/kuliah. Menggunakan intervensi yang disengaja seperti penggunaan metode aktivitas reflektif untuk pemaknaan nilai di luar pelajaran/kuliah dan pemberian tugas yang didesain khusus.
3. Memperbanyak bentuk-bentuk pelatihan kreativitas guru/dosen dalam mengembangkan pembelajaran nilai mulai dari isi materi, strategi pembelajaran dan merencanakan skenario pembelajarannya yang akan diintegrasikan melalui materi pelajaran agar efektif dan bermakna bagi peserta didik.
4. Merancang pembelajaran nilai dengan menggunakan strategi pembelajaran kolaboratif para mahasiswa sebagai mediasi teman sebaya agar lebih efektif untuk memaknai nilai-nilai kehidupan yang ditanamkan karena sesuai dengan karakteristik mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (1993). Pendidikan konsumen. *Diktat kuliah*. PKK. FIP Univ. Syiah Kuala Darussalam, Aceh.
- Allport, G.W. (1964). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Anastasi, Anne. (1982). *Psychological testing*. New York: MacMillan Publishing Co.
- Bannister, R. (1996). Consumer education in the United States: A historical perspective. Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari http://emich.edu/coe/monday/mr_231.html.
- Brooks, B.D. and Goble, F.G. (1995). *The case for character education: The role of the school in teaching values and virtues*. Studios 4 Productions.
- 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/selected_abstracted/research.html.
- Kirschenbaum, H. (1995). *Enhance values and morality in schools and youth Settings*. Boston: Allyn and Bacon.
- 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>.
- Lewis, B. A. (2004). *Character building untuk remaja*. (Terjemahan Arvin Saputra & Lyndon Saputra). New York: Publishing Group. (Buku asli diterbitkan 1987).
- Lickona, T. (1992). *Educating for character, how our schools can teach respect respect and responsibility*. New York: Bantam Books.
- Mar'at. (1982). *Sikap manusia dan perubahan serta pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Megawangi, Ratna. (2004). *Pendidikan karakter solusi yang tepat untuk membangun bangsa*. Jakarta: Star Energy (Kakap) Ltd.
- Newcomb, T. et al. (1985). *Psikologi Sosial*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Pantun, S. & Felicia, D. (1979). *Pendidikan konsumen*. Jakarta: Depdikbud.
- Pollard Andrew. (2002). *Reflective Teaching: Effective and Evidence-Informed Professional practice*. New York: Continuum.

- Rainolds, L. R, Livingston, R. B dan Willson, V. (2010). *Measurment and assessment in education*. Upper Saddle River: Pearson.
- Riswanto, I. (17 April 1997). Hati-hati Menghadapi Taktik Penjual. *Kompas*, p. 9.
- Strom, T. (2002). Celebrating the character building aspects of agricultural education in school and community. *The Agricultural Education Magazine*. 75, Iss. 1; pg. 6. 2 pgs.
- Sudarminta. (2002). Pendidikan dan pembentukan watak yang baik. Dalam Tilaar. *Pendidikan untuk masyarakat Indonesia Baru*. 455-459 Jakarta: Grasindo.
- Sudaryati, S. (1995). Pendidikan konsumen. *Diktat Kuliah PKK*. Yogyakarta: FPTK IKIP.
- Suparno. (2002). *Pendidikan budi pekerti di sekolah: Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Tantri. (1995). *Gerakan organisasi konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Topatimasang, R. (1990). *Menggeser neraca kekuatan*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen.
- Wynne,E.A. (1991). Character and academics in the elementary school. In J.S. Benninga (ed) *Moral Character, and Civic Education in the Elementary School*. New York: Teachers College Press.
- Wynne, E., & Walberg, H. (1984). *Developing character: Transmitting knowledge*. Posen, IL: ARI. Diambil pada tanggal 9 April 2005, dari <http://www.wilderdom.com/character.html>.
- Zamroni, (1992). *Pengantar pengembangan teori social*. Yogyakarta: Tiara Wacana.