

PENGEMBANGAN *SOFT SKILL* MELALUI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN KONSUMEN

Oleh:
Enny Zuhni Khayati
Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan penulisan ini adalah mengkaji keterampilan –keterampilan halus / *soft skills* yang perlu dimiliki oleh seorang mahasiswa, yang dapat dikembangkan melalui proses pembelajaran. Hal ini penting untuk mengasah keterampilan dan investasi masa depan karena *soft skills* juga sangat dibutuhkan dalam dunia kerja ataupun dunia industri. Selain itu *soft skills* juga merupakan pendukung etika dan moral sehingga dapat membuat hidup dan kehidupan ini sukses. Pendidikan konsumen adalah proses memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur sumber keuangan personal, pengambilan keputusan dalam berkonsumsi barang atau jasa dan menjadi warga negara yang baik. Ada berbagai macam *soft skills* yang dapat dikembangkan melalui proses pembelajaran pendidikan konsumen tersebut antara lain keterampilan memecahkan masalah, keterampilan berkomunikasi, bekerja sama, berfikir kritis, hemat, toleransi sosial, solidaritas/setia kawan, cermat, sederhana, disiplin, jujur, rasa tanggung jawab, teliti dan waspada, mengambil keputusan secara bijaksana serta efektif, mudah beradaptasi, ramah, santun, peduli, peka/tanggap, menghargai nilai uang, produktif, kreatif, percaya diri, keterampilan menyampaikan gagasan, dan menghormati orang lain. Pembelajaran pendidikan konsumen yang menggunakan pendekatan SCL (*student centered learning*) dengan metode diskusi kelompok, presentasi, tugas tim, dan survey pasar sangat cocok untuk mengembangkan *soft skills*, yang mana peserta didik dapat lebih partisipatif dan dapat menggunakan sumber belajar multi dimensi. Peran dosen dalam hal ini adalah membangun proses dialog, menangani dinamika kelompok, terlibat dalam motivasi mahasiswa, mengintroduksi berfikir kritis, dan bertindak sebagai fasilitator.

A. PENDAHULUAN

Komunitas akademik khususnya mahasiswa sebagai sumber daya generasi penerus bangsa harus memiliki kemampuan dan keterampilan serta kepribadian yang tangguh, kuat, dan santun. *Soft skills* merupakan keterampilan yang dapat membentuk kepribadian yang tangguh. Semakin banyak keterampilan halus (*soft skills*) yang dimiliki diharapkan semakin kuat kepribadian seseorang dalam menghadapi tantangan proses pembelajaran di kampus, tantangan kerja, maupun tantangan hidup yang lain. *Soft skills* merupakan keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain

kemahasiswaan yang berfokus pada pembentukan karakter, memiliki *role model* orang sukses dan mempelajari outobiografinya dan mencontoh kebiasaannya untuk menuju hidup yang sukses, rajin membaca buku yang bermuatan pengembangan kepribadian dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (cara berkomunikasi, saling menghargai, disiplin, kometmen, bertanggung jawab, dan senantiasa jujur), serta mengikuti proses pembelajaran dengan aktif dan partisipatif. Kadang-kadang apa yang diberikan di bangku kuliah tidak sepenuhnya serasi dengan kebutuhan di lapangan kerja, ketidak serasian ini antara lain disebabkan pendidikandi dalam kelas yang lebih bertumpu pada hard skill. Untuk mengatasi masalah ini salah satu caranya adalah memberikan bobot yang lebih pada pengembangan soft skill, dan implementasi soft skill dalam proses belajar mengajar perlu lebih dikembangkan lagi. Para pengguna lulusan perguruan tinggi berharap bahwa tenaga kerja dari luusan perguruan tinggi harus memiliki *soft skills* yang positif, sikap yang tangguh, jujur, semangat, dapat bekerja sama, santun dalam berkomunikasi, pandai melakukan negosiasi, mempunyai motifasi kerja yang tinggi, kreatif dan mudah beradaptasi, sehingga mampu bekerja secara intensif. Manajemen kerja yang efektif dan perencanaan kerja yang sukses menuntut adanya kompetensi *soft skills* disamping kompetensi teknik atau *hard skills* dalam semua bidang pekerjaan. Neff dan Citrin (1999) dalam bukunya "*Lesson from The Top*" mengemukakan bahwa yang mendukung kesuksesan dalam hidup ini bukan keterampilan teknis atau *hard skills* melainkan *soft skills*. Dengan demikian semakin menguatkan pentingnya soft skill bagi lulusan perguruan tinggi sebagai calon pemimpin, tenaga kerja, maupun pengusaha. Bila sejak awal mereka dibekali dengan dengan pengetahuan dan keterampilan tentang *soft skills* yang cukup dan mempraktekaknya dalam kehidupan sehari-hari maka peluang untuk menjadi orang sukses di masyarakat, dan di dunia kerja atau industri.

B. PEMBAHASAN

1. Atribut *Soft Skills*

Soft Skills adalah keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dan dirinya sendiri. Dengan demikian atribut *soft skills* meliputi nilai yang dianut, motivasi, perilaku, kebiasaan, karakter dan sikap. Atribut ini dimiliki oleh setiap orang dengan kadar yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh kebiasaan berfikir, berkata, bersikap dan berperilaku. Atribut ini dapat berubah jika yang bersangkutan mau merubahnya dengan cara belajar dan berlatih membiasakan diri dengan hal-hal yang baru. *Soft skills* merupakan kompetensi yang sulit didefinisikan karena *invisible* dan tidak segera (subyektif), sedangkan *hard skills* adalah skill yang dapat menghasilkan sesuatu yang sifatnya nyata dan segera (*Visible dan Immediate*) Hard skill dapat dinilai dari technical test atau practical

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh negara-negara yang sudah maju seperti Inggris, Amerika dan Kanada, ada 23 atribut *soft skills* yang dominan di lapangan kerja. Secara berturut-turut kedua puluh tiga atribut ketrampilan halus tersebut adalah sebagai berikut: 1) Inisiatif, 2) Etika / integritas, 3) Berfikir kritis, 4) Kemauan belajar, 5) Komitmen (kompak satu dengan yang lain), 6) motivasi, 7) Bersemangat, 8) Dapat diandalkan, 9) Komunikasi lisan, 10) Kreatif, 11) Kemampuan Analitis, 12) Dapat mengatasi stress, 13) Manajemen diri, 14) Menyelesaikan Persoalan, 15) Dapat meringkas, 16) Dapat bekerja sama, 17) luwes, 18) Dapat bekerja dalam tim, 19) Mandiri, 20) Mendengarkan, 21) Tangguh, 22) Berargumentasi logis, dan 23) Manajemen waktu. Masing-masing dunia usaha atau industri memiliki standart kompetensi teknis maupun non teknis yang berbeda-beda, namun pada umumnya jenis kompetensi non teknis lebih dominan. Hal ini dapat dibuktikan dari persyaratan –persyaratan yang diminta oleh perusahaan yang termuat pada penawaran lowongan kerja dalam iklan-iklan di mass media antara lain sebagai berikut: 1) Dapat bekerja sama dalam tim. 2) Mampu berkomunikasi secara lisan maupun tulisan, 3) Mampu menghadapi pekerjaan yang mendesak, 4) Mampu mengelola Stress, 5) Memiliki *Great sense of serveses*, 6) Mampu beradaptasi, 7) Memiliki inisiatif dengan sikap dan integrasi pada pekerjaan, 8) Jujur, inovatif, dan kreatif, 9) Mampu bekerja mandiri atau sedikit bimbingan, 10) Memiliki kepemimpinan yang baik, 11) Bertanggung jawab dan memiliki kometment terhadap pekerjaan, 12) Memiliki motivasi dan antusias dalam bekerja, 13) Ramah dan santun,

Berdasarkan hasil penelitian (tracer study) yang dilakukan perguruan tinggi di Indonesia, kompetensi sarjana di dunia kerja di bagi menjadi dua aspek. Pertama, aspek teknis yakni berhubungan dengan latar belakang keahlian atau keahlian yang diperlukan di dunia kerja. Kedua, aspek non teknis yakni meliputi motivasi, adaptasi, komunikasi, kerjasama tim, pemecahan masalah, manajemen stress, kepemimpinan dan lain sebagainya. Kemampuan minimal yang dapat diasah saat menjadi mahasiswa antara lain; Communication skills, Organizational skills, Leadership, Logic, Effort. Group skills, dan Ethics.

2. Pendidikan Konsumen

Topatimasang R. (1990: 74), mendefinisikan konsumen adalah pemakai barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Definisi senada juga disampaikan oleh Sri Pantun dan Felicia (1979: 32), bahwa konsumen adalah semua orang yang membeli atau menggunakan barang dan jasa. Kedua pernyataan tersebut menegaskan bahwa masyarakat adalah konsumen, karena mereka

dan keterampilan untuk membuat keputusan keuangan personal yang akan dihadapi dan mampu membuat keputusan yang bijaksana memerlukan proses pendidikan yaitu pendidikan konsumen, Banister (1996), mendefinisikan “ *consumer education is the process of gaining the knowledge and skills to manage personal resources and to participate in social, political and economic decision that affect individual well being and the public good*”, berdasarkan definisi tersebut pendidikan konsumen adalah proses memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur sumber keuangan personal melakukan tindakan terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan menjadi warga negara yang baik. Bila dicermati dalam membangun definisi di atas terdapat tiga kategori utama konsep pendidikan konsumen yaitu: a) perilaku konsumen dalam memilih barang dan jasa serta pengambilan keputusan, b) pengaturan keuangan personal dan c) partisipasi warga negara dalam pangsa pasar (hak dan tanggung jawab konsumen). Di dalam konsep pendidikan konsumen terdapat pula lima prinsip dasar pendidikan konsumen sebagai tanggung jawab social konsumen dalam melakukan konsumsi agar perlindungan konsumen dapat terwujud yakni: 1) kesadaran berfikir kritis, 2) melakukan aktifitas dan keterlibatan dalam bertindak, 3) kepedulian sosial, 4) kesadaran pada lingkungan dan 5) kesetiakawanan.

Pendidikan konsumen dapat diberikan melalui jalur pendidikan formal maupun non formal. Di Amerika Serikat, alasan pendidikan konsumen diberikan di sekolah –sekolah karena memiliki tujuan membantu peserta didik untuk:1) memperoleh ilmu pengetahuan agar dapat bertindak sebagai konsumen yang terdidik,2) membangaun suatu pengertian fungsi social 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). Pendapat tersebut lebih lanjut dijelaskan oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik supaya mereka di dalam mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan yang lain. Di Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, pendidikan konsumen

3) meningkatkan rasa percaya diri dan kemandirian, 4) membantu nilai penerimaan secara luas, 5) memperbaiki kualitas hidup, 6) memiliki kesadaran untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan 7) memiliki tanggung jawab, 8) menjadi hemat cermat dan sederhana, 9) menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli, 10) hidupnya bertujuan karena mereka menanggarkan uang dalam kehidupannya (Knapp, 1991).Seorang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan serta kesadaran berkonsumsi barang dan jasa dengan baik dan benar akan terhindar dari perilaku konsumtive karena dalam berkonsumsi barang atau jasa akan menggunakan inisiatif, mencari informasi tentang barang yang akan dibelu, membuat perencanaan dengan cermat, bersikap kritis, berani bertindak atas kesadaran sendiri bila ada persoalan, memiliki kepedulian sosial,memiliki kesadaran lingkungan, dan memiliki kesetiakawanan dan toleransi agar perlindungan konsumen dapat terwujud dan *soft skills* seseorang akan dapat terasah dengan baik.

3. Strategi Pengembangan *Soft Skills*

Pelaksanaan pengembangan *soft skills* di sekolah tidak harus melalui perubahan kurikulum atau tambahan kurikulum pada kurikulum yang sudah ada, namun supaya lebih efektif dapat dilakukan dengan implementasi kurikulum, sehingga tidak akan menjadi mata pelajaran atau mata kuliah tersendiri melainkan menjadi *hidden curriculum* atau diselipkan di setiap mata kuliah salah satu mata kuliah yang konsep pembelajarannya pas untuk mengimplementasikan pengembangan soft skills adalah pendidikan konsumen. Apabila atribut soft skills yang akan dikembangkan adalah komunikasi lisan, maka proses pembelajarannya menggunakan metode diskusi, bermain peran, diskusi dan diskusi kelompok, namun apabila atribut soft skills kerja sama yang akan dikembangkan, maka metode pemberian tugas kelompok perlu di lakukan.Pemberian tugas tanpa pendampingan dosen sering kurang memuaskan.Di sini dapat dicontohkan misalnya tugas yang diberikan adalah membuat tulisan kelompok, maka dosen sebaiknya berada di tengah kelompok memperhatikan dan mengarahkan bagaimana mereka menentukan ketua, memutuskan topik yang akan di tulis, membagi tugas dan menulis bersama serta mensinkronkan masing-masing tulisan anggota kelompok supaya tersusun dengan runtut dari satu bab ke bab lain. Dalam

pembelajarannya bervariasi sehingga lebih menyenangkan dan menarik minat peserta didik. Peran dosen dalam hal ini adalah membangun proses dialog, menangani dinamika kelompok, terlibat dengan motivasi mahasiswa, mengintroduksikan berfikir kritis, memberdayakan kurikulum tersembunyi (*Empowering Hidden Curriculum*), dosen berperan sebagai fasilitator, dan tanggung jawab keberhasilannya ada pada mahasiswa. Tujuan pembelajaran ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan analitis, kemampuan dan keterampilan komunikasi, mengembangkan kepribadian dan cara berfikir berkualitas, tanggungjawab, serta meningkatkan kearifan.

C. PENUTUP

Pada prinsipnya pengembangan *soft skills* dapat diselipkan pada semua mata kuliah secara implisit, contohnya mata kuliah pendidikan konsumen. Berbagai metode telah banyak ditemukan oleh peneliti pendidikan, tinggal memilih mana yang cocok dan relevan untuk diterapkan pada mata kuliah yang diampu. Dalam satu mata kuliah dapat diterapkan pengembangan *soft skills* lebih dari dua atribut sekaligus. Kesuksesan dosen, mahasiswa, pengusaha, tenaga kerja, dan yang lainnya tidak hanya ditentukan oleh *hard skills* saja seperti keterampilan teknik, prestasi belajar, dan potensi akademik umum tetapi juga *soft skills*. Yang jelas *soft skills* diperlukan bukan hanya di dunia kerja dan dunia pendidikan saja tetapi juga di setiap sendi kehidupan. Sehubungan dengan itu maka mahasiswa sebaiknya aktif berkegiatan yang positif dengan memanfaatkan ajang kreatifitas yang ada. Kuncinya pandai mengatur skala prioritas dan *time management*.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Bannister, 1996, *Consumer Education in the United States: A historical perspective*, Artikel, Diambil pada tanggal 17 September 2002 dari <http://emich.edu/coe/monday/mr231.html>
- Career Opportunities News October 2002, Volume 20, Number 2, Ferguson Publishing Company, <https://www.cco.purdue.edu/Articles-softskills.shtm>
- 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>
- Neff dan Citrin, 1999, *Lesson from the Top*, May 21, 2008 at 9.43 am
- Sri Pantun dan Felicia D, 1979, Pendidikan konsumen, Jakarta : Depdikbud.
- Tonafimasano R 1990 Menggeser neraca kekuatan Jakarta: Yayasan Lembaga