

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejatinya, manusia lahir ke dunia membawa tiga macam fitrah yang akan terus menerus diperankannya sampai ajal menjemput, yaitu sebagai makhluk individu, sebagai makhluk sosial dan sebagai makhluk ekonomi. Ketiga peran ini tidak dapat dimainkan secara terpisah akan tetapi saling terkait dan saling mendukung dan saling mempengaruhi. Sebagai makhluk ciptaan Tuhan, tiga peran tersebut haruslah dilaksanakan berlandaskan ajaran agama yaitu Al-Quran dan Sunnah Rosulullah SAW bagi umat muslim untuk dapat mendapatkan kemaslahatan hidup di dunia dan di akhirat.

Ciri makhluk individu yang egois dan makhluk ekonomi yang memiliki banyak kebutuhan dan keinginan serta memiliki sifat tidak pernah puas diimbangi oleh sebuah kenyataan bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri dan memerlukan bantuan orang lain untuk dapat hidup secara normal. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada kebutuhan jasmani semata tetapi juga kebutuhan rohani berupa pengakuan dalam masyarakat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibnu Khaldun (dalam Wiriaatmadja, 2015), ‘sifat-sifat dasar manusia dicirikan oleh tiga hal, *pertama*, usaha-usaha manusia untuk memperoleh sarana-sarana kehidupan; *kedua*, kebutuhan akan adanya otoritas; dan *ketiga*, ilmu, keterampilan dan seni, sesuai dengan kebutuhan pokok manusia pada umumnya yaitu politik, ekonomi, dan kebudayaan.’ Karenanya dalam menjalankan kehidupannya, ketiga peran manusia yang telah disebutkan di atas, akan saling mendukung atau sebaliknya saling bertentangan dalam diri seseorang tergantung pada nilai-nilai yang diyakininya.

Kegiatan pokok ekonomi terdiri dari konsumsi, produksi dan distribusi. Ketiga kegiatan ini tidak dapat terlepas dari kegiatan sosial karena terdapat interaksi antara individu dan kelompok di dalamnya. Untuk dapat melakukan kegiatan konsumsi, seseorang memerlukan orang lain untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkannya untuk menunjang kehidupan. Dalam kegiatan produksi dibutuhkan bahan baku dan tenaga kerja yang disediakan pihak lain.

Demikian pula dengan kegiatan distribusi, banyak pihak yang terlibat untuk dapat menyampaikan hasil produksi ketangan konsumen. Selain itu kegiatan ekonomi terutama konsumsi dipengaruhi oleh berbagai motif baik yang berasal dari dalam diri maupun di luar diri individu. Jadi, kegiatan ekonomi sarat dengan aktivitas sosial di dalamnya dan tidak dapat dipisahkan. Karena itulah kegiatan ekonomi menjadi salah satu dimensi dari studi sosial.

Salah satu kegiatan ekonomi yang sering mempengaruhi dan dipengaruhi kehidupan sosial adalah kegiatan konsumsi. Di era globalisasi saat ini, terjadi perubahan tujuan dari konsumsi yang dilakukan masyarakat. Sulit untuk membedakan konsumsi yang dilakukan masyarakat merupakan kebutuhan atau hanya sekedar keinginan. Hal ini terjadi karena konsumsi masyarakat bukan lagi bertujuan untuk mencari kenikmatan dan manfaat saja, tetapi lebih bertujuan untuk memperoleh perbedaan untuk meningkatkan status sosial.

Ketidakmampuan masyarakat membedakan antara kebutuhan dan keinginan terlihat pada fenomena-fenomena yang terjadi saat ini. Fenomena *sosialita* yang sedang menjadi sorotan di media massa menjadi sebuah pola baru dalam interaksi sosial dalam kegiatan konsumsi saat ini. *Image* bergelimang harta, *glamour*, hobi belanja barang mewah dan suka menghambur-hamburkan uang sengaja dibentuk oleh kelompok sosial ini dengan tujuan untuk menunjukkan status sosial mereka di mata masyarakat. Aktivitas yang rutin dilakukan oleh kelompok *sosialita* ini adalah arisan baik uang dengan nominal ratusan juta hingga milyaran rupiah maupun barang-barang mewah seperti tas “*branded*” bahkan berlian. Pola konsumsi yang mereka lakukan lebih terpaku pada “merk” dari pada nilai guna barang sehingga harga bukanlah hal yang harus dipertimbangkan. Sebuah nilai yang fantastik yang harus dikeluarkan demi eksistensi diri.

Fenomena lain yang juga jamak terlihat adalah *handphone* (hp) sebagai alat komunikasi utama. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi ditandai dengan penggunaan hp disemua kalangan masyarakat, tanpa terkecuali, baik dilihat dari segi ekonomi, usia, maupun profesi. Kepemilikan hp menjadi sebuah kebutuhan pokok dan menjadi sebuah budaya massa. Sebagai sebuah budaya massa, masing-masing individu ingin memiliki identitas yang

berbeda sehingga memiliki kelas tertentu dalam budaya tersebut. Untuk membedakan status mereka dalam kepemilikan hp, seseorang akan selalu berusaha gonta-ganti hp keluaran terbaru dengan fitur-fitur terbaik seperti yang ditawarkan iklan. Bahkan tak jarang satu orang memiliki hp lebih dari satu buah. Menurut data *US Census Bureau*, tercatat pada 2014 jumlah pengguna telepon seluler telah menembus angka kurang lebih 281 juta yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, sedangkan jumlah penduduk Indonesia pada awal 2014 baru mencapai 251 juta jiwa (<http://foto.metrotvnews.com/view/2015/06/26/407789/pengguna-ponsel-di-indonesia-melebihi-jumlah-penduduk>). Dari jumlah penduduk tersebut, Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang, merupakan negara terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika (https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media). Akan tetapi sangat disayangkan sebagian besar masyarakat Indonesia tidak menggunakan fitur yang tersedia di smartphone secara maksimal. Berdasarkan Riset Google pengguna smartphone di Indonesia dikategorikan sebagai kelompok “*social driven*”. Dari tiga indikator utama pemakaian *smartphone* untuk menjelajah dunia maya, didominasi aktivitas media sosial di peringkat pertama dan *chat* di peringkat kedua dan aktivitas “*gugling*” di peringkat ketiga (<http://tekno.kompas.com/read/2015/11/19/23084827/Mau.Tahu.Hasil.Riset.Google.soal.Penggunaan.Smartphone.di.Indonesia.>). Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan hp sebagai alat komunikasi utama yang cukup dengan hp dengan fitur standar sehingga akan “mubazir” jika memiliki *smartphone* tanpa memanfaatkan fitur yang tersedia di dalamnya secara maksimal.

Berdasarkan hasil riset *google* yang telah dikemukakan di atas, penggunaan hp untuk aktivitas sosial media menduduki peringkat pertama. Aktivitas di sosial media yang banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia membawa dampak terhadap pola konsumsi masyarakat. Media sosial idola sering menjadi rujukan oleh para pengguna sosial media dalam menentukan konsumsi barang ataupun jasa. Selain itu media sosial sering dijadikan ajang persaingan untuk menjadi individu yang paling kekinian dan ‘hits’ ditengah komunitasnya.

Bahkan untuk memperoleh pengakuan dan ingin terlihat ‘*spektakuler*’, beberapa orang sampai harus berbohong dan berhalusinasi misalnya mengedit foto orang lain yang diakui sebagai fotonya. Ajang pameran yang dilakukan di media sosial ini menuntut seseorang untuk selalu menjadi yang terbaik diantara mereka atau memiliki perbedaan dengan individu lainnya. Hal ini akan memunculkan kegiatan konsumsi yang tak terkendali sebagai tuntutan untuk mendapatkan pengakuan misalnya membeli tas atau baju bermerk padahal kondisi ekonomi kurang mendukung. Tak jarang proses ini berujung petaka seperti kematian ketika hasrat yang menggebu-gebu untuk memperoleh komentar atau tanda jempol sebanyak-banyaknya dengan melakukan kegiatan *selfie* tanpa mempertimbangkan resiko yang mungkin terjadi.

Salah satu kegiatan yang juga saat ini sedang trend pada masyarakat Indonesia adalah liburan ke luar negeri. Tidak seperti dulu yang menganggap liburan ke luar negeri dinilai sebagai barang mewah, membutuhkan biaya yang mahal, membutuhkan rasa percaya diri dan kemampuan bahasa asing yang baik, kini hal ini sudah menjadi *mass luxury* atau merupakan hal yang lumrah layaknya liburan di dalam negeri. Dapat berlibur ke luar negeri memberikan *benefit* emosional yang lebih besar dibandingkan dengan liburan di dalam negeri. Dapat ‘narsis’ berlatar belakang *icon-icon* negara yang dikunjungi dan diunggah di media sosial memberikan kebanggaan dan kepuasan tersendiri bagi masing-masing individu. Kegiatan liburan di luar negeri ini tidak akan dapat terlepas dari kegiatan belanja atau *shopping*. Kegiatan belanja pada saat liburan sering menjadi tidak terkendali karena sering kali seseorang dipengaruhi oleh jargon “mumpung, kapan lagi, belum tentu dapat liburan kesana lagi.”

Satu lagi penanda masyarakat modern yang di pelopori oleh restoran *McDonald* adalah maraknya bisnis kuliner berupa restoran siap saji maupun kafe menyebabkan kegiatan konsumsi dalam arti sederhana yaitu makan dan minum menjadi bentuk budaya baru di era globalisasi saat ini yang dikenal dengan istilah ‘*hangout*’. Nongkrong di cafe atau restoran siap saji usai bubar sekolah, kuliah atau pulang kerja, belakangan ini merupakan *trend* gaya hidup remaja dan eksekutif muda. Di satu sisi banyak manfaat positif yang didapat diantaranya terbukanya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Akan tetapi hal ini

menyebabkan munculnya budaya makan atau jajan di luar semakin tidak terbandung. Budaya makan atau jajan di luar ini terkadang bukan lagi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum akan tetapi lebih kepada pemenuhan gaya hidup. Tujuan *hangout* ini orientasinya lebih kepada kegiatan sosialisasi agar diakui menjadi bagian dari sebuah komunitas yang mereka bentuk. Hanya saja konsumsi yang dilakukan saat itu terkadang tidak mempertimbangkan kebutuhan sehingga seringkali makanan dan minuman tersebut harus berakhir ke keranjang sampah. Banyak alasan yang menjadi penyebab hal itu terjadi misalnya sudah merasa kenyang, makanan ternyata tidak sesuai selera karena faktor coba-coba dan lain sebagainya. Restoran merupakan salah satu penyumbang terhadap jumlah makanan terbuang sebesar 1,3 miliar ton setiap tahun di dunia (Sikumbang, 2016). Selain restoran, rumah tangga dan supermarket juga penyumbang jumlah makanan terbuang. Kondisi ini sungguh sangat ironis ditengah masih banyaknya masyarakat miskin yang kelaparan baik di Indonesia maupun di belahan dunia yang lain.

Fenomena restoran siap saji dan kafe semisal *coffeshop* tidak dapat terlepas dari keberadaan pusat perbelanjaan atau mall. Semakin kompleks sarana yang ada dalam sebuah mall maka akan semakin menarik konsumen untuk melakukan kegiatan konsumsi karena dapat memenuhi beberapa hasrat konsumsi sekaligus, tidak peduli berapapun jaraknya dari tempat tinggal. Saat ini, sebuah mal yang menawarkan konsep sebagai pusat hiburan keluarga menjadi sebuah alternatif bagi keluarga untuk mengisi waktu liburan. Fasilitas wahana bermain anak menjadi daya tarik yang kuat. Kurangnya waktu yang dihabiskan oleh orang tua karena alasan bekerja menjadi sebuah alasan untuk memberikan kebahagiaan kepada anak dengan bermain sepuas-puasnya. Pada saat kegiatan ini berlangsung konsumsi yang dilakukan seringkali menjadi di luar perencanaan dan menjadi tidak terkendali terutama jika menggunakan fasilitas kartu kredit dalam sistem pembayaran (Widawati, 2011).

Penggunaan kartu kredit sebagai sebuah kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu ciri dari masyarakat modern yang ingin segalanya serba mudah, gampang, cepat, dan praktis. Hal ini memunculkan sebuah masyarakat kelas ekonomi menengah yang menjadikan konsumsi

teknologi sebagai sebuah identitas baru atau simbol yang membedakan kelompok kelas menengah ini dengan segmen masyarakat lainnya (*new consumerism class*). Teknologi menawarkan berbagai kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumsi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja seperti *online-shop* dan *Tv-shopping* yang sedang marak saat ini. Dukungan kemudahan dalam transaksi pembayaran melalui ATM, uang elektronik, dan SMS/*phone banking* semakin memicu konsumerisme komoditas kelas menengah Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun dari Bank Indonesia, transaksi *e-money* dari tahun 2009 sampai tahun 2014 tumbuh sebesar 120% (Jati, 2015).

Fenomena-fenomena yang diuraikan di atas mulai terjadi pada akhir abad 20 sebagai sebuah penanda dari era globalisasi. Kondisi ini bermula ketika terjadi revolusi industri di Eropa dimana terjadi produksi massal sejumlah produk sehingga membutuhkan pasar untuk menyalurkannya sehingga produksi dapat tetap berlangsung. Globalisasi telah melahirkan apa yang disebut sebagai “budaya massa” yang terwujud secara nyata berupa tumbuhnya budaya konsumerisme di kalangan masyarakat (Haryanto, 2011). Budaya massa memberikan semacam doktrin kepada masyarakat untuk dapat mengikuti sebuah trend jika tidak ingin dibidang ketinggalan zaman. Hasrat konsumsi pada diri seseorang membentuk semacam tujuan konsumsi sebagai suatu sistem diferensiasi yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol dan prestise sosial yang menandai kedatangan masyarakat konsumen (Piliang, 2011). Konsumsi masyarakat cenderung menjadi irasional tanpa dapat lagi membedakan antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). Budaya massa ini melahirkan sebuah masyarakat baru yang disebut masyarakat konsumsi.

Dalam melakukan kegiatan konsumsi, masyarakat lebih mementingkan gaya hidup yang sangat dipengaruhi oleh iklan dan mode lewat televisi, tayangan *infotainment*, majalah *fashion*, gaya hidup selebritas, dan berbagai bentuk budaya populer yang lain (Suyanto, 2013, hal. 107). Konsumsi dalam bentuknya yang sekarang di dalam masyarakat kapitalisme global, tidak lagi sekedar berkaitan dengan pemenuhan nilai fungsional dalam pengertian yang sempit; ia kini cara pemenuhan material sekaligus simbolik (Wibowo, t.thn.). Bahkan menurut pandangan Baudrillard, yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda

(pesan, citra) ketimbang komoditas itu sendiri (Suyanto, 2013, hal. 110). Komoditas lebih dihargai kemampuannya dalam meningkatkan status sosial dibandingkan manfaat yang dapat didapat dari komoditas itu sendiri.

Tahun 2012, *Nielsen Company* melakukan suvey mengenai Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK). Indeks Kepercayaan Konsumen (*Consumer Confidence Index*) merupakan salah satu indikator ekonomi yang mengukur tingkat optimisme konsumen terhadap performa perekonomian suatu negara dan pengaruhnya dalam menentukan pengeluaran atas keuangan pribadi (www.setneg.go.id/index.php?). Survey yang dilakukan berpatokan pada tiga ukuran kepercayaan yaitu pandangan prospek lapangan pekerjaan lokal, pandangan keuangan pribadi, dan keinginan belanja. Proses perhitungan jumlah survey dilakukan kepada lebih dari 29.000 konsumen online di 58 negara yang berada di kawasan Asia Pasifik, Eropa, Amerika Latin, Timur Tengah, Afrika, dan Amerika Utara. Dari 58 negara tersebut Indonesia menduduki posisi tertinggi indeks kepercayaan konsumen yakni 122. Hasil survey dari *Nielsen* disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Indeks Kepercayaan Konsumen Tahun 2012

No	IKK Tertinggi		IKK Terendah	
	Negara	Indeks	Negara	Indeks
1	Indonesia	122 (+5)	Rumania	59 (-2)
2	India	120 (-1)	Bulgaria	57 (-4)
3	Filipina	118 (-1)	Prancis	55 (+3)
4	Thailand	116 (+1)	Korea Selatan	51 (+13)
5	Brazil	111 (0)	Spanyol	47 (+1)
6	Uni Emirat Arab	108 (-5)	Italia	44 (+5)
7	China	108 (0)	Kroatia	44 (+2)
8	Hongkong	108 (+23)	Hungaria	43 (+6)
9	Malaysia	107 (+4)	Yunani	40 (+5)
10	Norwegia	106 (+4)	Portugal	31 (-7)

Tabel 1. 10 Negara dengan IKK tertinggi dan terendah

(Sumber:http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=7068)

Melihat hasil survey dari *Nielsen* di atas, perilaku konsumsi masyarakat Indonesia cenderung konsumtif dan paling tinggi dibandingkan negara lain di

dunia. Walaupun faktor keinginan belanja ataupun kebutuhan masih bersifat potensial tetapi kecenderungan ke arah permintaan sangat mungkin terjadi. Selain itu berdasarkan hasil survey ini dapat diketahui tentang pola pikir atau pandangan masyarakat Indonesia dalam kegiatan konsumsi.

Kegiatan konsumsi yang diimbangi oleh kemampuan untuk membeli tentu saja tidak akan menjadi masalah. Akan tetapi yang terjadi adalah konsumsi yang lebih tinggi dari pendapatan. Hal ini disebabkan oleh kekeliruan dalam membuat keputusan tentang kebutuhan dan keinginan serta penentuan skala prioritas kebutuhan. Keterampilan membuat keputusan ini tidak berhubungan secara positif dengan tingkat pendidikan, jenis profesi dan tingkat penghasilan masyarakat. Pada masyarakat yang berpenghasilan rendah perilaku konsumtif dapat memicu penurunan mutu dan kualitas hidup dan tidak jarang melahirkan tindakan kriminal dan kehancuran rumah tangga (Alfitri, 2007). Sebagaimana yang dimuat dalam harian kompas, permasalahan ekonomi menjadi salah satu penyebab perceraian di Indonesia (Dirjen Badilag Mahkamah Agung RI http://www.kompasiana.com/pakcah/di-indonesia-40-perceraian-setiapjam_54f357c07455137a2b6c7115).

Sebagai sebuah budaya tentu saja perilaku konsumsi orang tua akan di wariskan kepada anaknya. Peran orang tua memiliki pengaruh yang signifikan membentuk perilaku konsumsi siswa (Rahayu, 2013). Peran orang tua yang dimaksud adalah keadaan sosial ekonomi orang tua siswa, pemenuhan kebutuhan siswa, sosialisasi orang tua tentang konsumsi siswa, kontrol orang tua terhadap uang saku siswa, serta intensitas pertemuan orang tua dengan siswa. Peran tersebut mempengaruhi perilaku konsumsi siswa seperti penampilan, penggunaan uang saku, teknologi canggih yang dimiliki, tempat tongkrongan, makanan dan minuman, tempat rekreasi, serta teman dan lingkungan sekitar. Selain status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi juga mempengaruhi perilaku konsumsi siswa (Kusniawati & Kurniawan, 2016). Literasi ekonomi yang rendah menyebabkan perilaku konsumsi yang dilakukan cenderung *irrasional* (Budiwati, 2014).

Kemampuan berpikir pelajar masih dalam tahap perkembangan. Karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan kebutuhan akan pengakuan dari lingkungannya sering menjadikan mereka boros. Untuk memenuhi keinginan

mereka akan gaya hidup sering menjadi penyebab terjadinya penyimpangan sosial di kalangan pelajar seperti prostitusi pelajar yang terjadi baru-baru ini yang melibatkan siswi SMP, SMA dan mahasiswi (<http://bangka.tribunnews.com/2015/10/26/ratusan-pelajar-terlibat-prostitusi-cari-pelanggan-lewat-facebook>). Salah satu penyebab terjadinya permasalahan tersebut di atas, dikarenakan sebagian peserta didik kurang memiliki kemampuan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi. Apabila kemampuan ini tidak dilatih, kebiasaan konsumsi yang didasarkan pada emosi semata akan terus berlanjut sampai mereka dewasa.

Di SMP Negeri 2 Kelapa Kampit sendiri mulai terlihat gejala-gejala perilaku konsumsi yang mengarah kepada pelanggaran tata tertib sekolah dan bahkan mengarah kepada tindakan kriminal. Kasus pelanggaran tata tertib sekolah adalah sebanyak 20 (dua puluh) siswa perempuan mengecat rambut mereka, dan mereka menyembunyikannya dengan menggunakan jilbab pada saat di sekolah sedangkan di luar jam sekolah mereka tidak menggunakan jilbab. Kasus lain yang mengarah kepada tindakan kriminal adalah kasus pemalakan yang dilakukan siswa dengan meminta temannya membayarkan makanannya di kantin ataupun secara langsung meminta uang dengan paksa. Masih terdapat sejumlah kasus yang terjadi di sekolah yang mengarah kepada penyimpangan sosial yang membutuhkan perhatian lebih dari guru sebagai upaya pencegahan terutama oleh guru IPS.

Tujuan utama studi sosial atau IPS seharusnya membantu siswa mengembangkan kemampuan pengambilan keputusan rasional sehingga mereka dapat memecahkan masalah-masalah pribadi dan menentukan kebijakan publik melalui partisipasinya dalam aksi sosial (Banks, 2012). Oleh karena itu, guru harus melaksanakan kegiatan pembelajaran yang mampu mencapai tujuan tersebut. Guru harus dapat menentukan model pembelajaran yang tepat supaya tujuan utama IPS yaitu mampu mengantarkan dan mengembangkan kompetensi peserta didik ke arah kehidupan masyarakat dengan baik dan fungsional, memiliki kepekaan sosial dan mampu berpartisipasi dalam mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi dapat tercapai.

Dengan memperhatikan fenomena perilaku konsumsi masyarakat Indonesia dan tujuan pembelajaran IPS di atas, maka sangat tepat apabila dalam

kegiatan pembelajaran menggunakan pembelajaran berbasis masalah (*problem based learning*). Pembelajaran berbasis masalah (*problem based learning*) adalah pembelajaran menggunakan masalah dunia nyata sehingga peserta didik dapat belajar tentang berpikir kritis, dan keterampilan pemecahan masalah, serta untuk memperoleh pengetahuan dan konsep yang esensi dari mata pelajaran (Komalasari, 2014, hal. 58). Dengan kegiatan pembelajaran berbasis masalah diharapkan peserta didik mampu meningkatkan kemampuannya mengambil keputusan, karena pada dasarnya manusia dapat dilatih untuk merefleksikan berbagai masalah sebelum bertindak dan seseorang dapat belajar bertindak terhadap keputusan yang telah mereka buat (Banks, 2012, hal. 5).

SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur masih menggunakan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Pada kurikulum KTSP IPS SMP, pembelajaran mengenai kegiatan ekonomi yang memuat kegiatan konsumsi terdapat di kelas VII semester 2 dengan rincian dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.2
Standar Kompetensi, Kompetensi Dasar, dan Indikator
Pembelajaran IPS Kelas VII

Standar Kompetensi	Kompetensi Dasar	Indikator
6. memahami kegiatan ekonomi masyarakat	6.2 mendeskripsikan kegiatan pokok ekonomi, yang meliputi kegiatan konsumsi, produksi, dan distribusi barang/jasa	<ul style="list-style-type: none"> • Mendeskripsikan pengertian konsumsi • Mendiskusikan jenis-jenis barang yang dikonsumsi siswa dan keluarga. • Menyusun skala prioritas dalam memenuhi kebutuhan sebagai siswa • Mengidentifikasi aspek aspek positif dan negatif perilaku konsumtif seseorang • Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang

(Sumber: Silabus Mata Pelajaran IPS SMP)

Pengetahuan tentang macam-macam kebutuhan berdasarkan intensitasnya yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier sudah menjadi pengetahuan yang bersifat umum di tengah masyarakat. Kebutuhan yang menempati prioritas pertama, kedua, ketiga dan seterusnya juga dapat dipahami dengan mudah tanpa harus melalui proses belajar dalam waktu yang lama. Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum mampu menentukan skala prioritas kebutuhan yang tepat, yang berakibat harus hidup dalam jeratan hutang yang tak berkesudahan, bahkan menjadi penyebab kehancuran rumah tangga. Perilaku konsumtif pada remaja akan menyebabkan kemerosotan moral melalui penyimpangan-penyimpangan sosial yang mereka lakukan. Melalui *Problem Based Learning* dengan mengangkat masalah nyata dalam kegiatan konsumsi yang terjadi di sekitar peserta didik diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada peserta didik terhadap masalah tersebut dan berpikir ulang tentang solusi yang tepat untuk mengatasinya sebelum akhirnya menentukan keputusan yang rasional. Didasari oleh fenomena perilaku konsumsi masyarakat Indonesia saat ini dan tuntutan kurikulum pembelajaran IPS, peneliti tertarik untuk menyusun tesis yang berjudul “Meningkatkan Keterampilan Pengambilan Keputusan Rasional dalam Kegiatan Konsumsi melalui *Problem Based Learning*.”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan pembelajaran berbasis masalah (*problem based learning*) untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur. Permasalahan pokok penelitian tersebut kemudian dirinci menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimanakah desain perencanaan pembelajaran *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur?
2. Bagaimanakah proses pelaksanaan pembelajaran *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam

kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur?

3. Upaya-upaya apa sajakah yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam penerapan pembelajaran *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur?
4. Bagaimanakah kemampuan pengambilan keputusan rasional peserta didik dalam kegiatan konsumsi pada pembelajaran IPS melalui *problem based learning*?
5. Apakah terdapat peningkatan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi pada siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit melalui pembelajaran *problem based learning*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran secara umum tentang penerapan pembelajaran *problem based learning* guna meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan rasional siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang:

1. desain perencanaan pembelajaran *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur,
2. proses pelaksanaan pembelajaran *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur,
3. upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala dalam penerapan *problem based learning* untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit Kabupaten Belitung Timur,

4. kemampuan pengambilan keputusan rasional peserta didik dalam kegiatan konsumsi pada pembelajaran IPS melalui *problem based learning*,
5. peningkatan keterampilan pengambilan keputusan rasional dalam kegiatan konsumsi pada siswa kelas VII A SMP Negeri 2 Kelapa Kampit melalui pembelajaran *problem based learning*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian tindakan kelas dapat mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Teoritik

Penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif dalam dunia pendidikan dan menjadi salah satu masukan dalam peningkatan pembelajaran IPS. Dengan memperkenalkan PTK dapat memberikan pengaruh pada guru-guru lain sehingga guru tidak hanya sekedar mengajar tetapi terampil dalam melakukan penelitian.

2. Praktis

a. Lembaga atau sekolah

Memberikan masukan kepada sekolah yang berkaitan dengan penerapan pembelajaran *problem based learning* untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan sebuah pengajaran yang lebih baik dan bermakna bagi peserta didik.

b. Guru

Penerapan pembelajaran *problem based learning* ini diharapkan lebih memperkaya guru dalam mempertimbangkan sumber belajar yang digunakan dalam pembelajaran. Wawasan guru akan lebih luas dengan menerapkan beberapa model pembelajaran berbasis masalah. Di kemudian hari dalam kegiatan pembelajaran guru tidak hanya fokus terhadap materi yang ada dalam buku teks, tetapi juga mempertimbangkan lingkungan sekitar siswa sebagai sumber belajar.

c. Siswa

Memberikan pengetahuan, pemahaman, semangat, dan minat yang lebih kepada peserta didik dalam pembelajaran IPS melalui pemahaman tujuan

pembelajaran IPS yang berguna untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang dan mempersiapkan peserta didik untuk menjadi warga negara yang baik.

d. Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan pembelajaran berbasis masalah (*problem based learning*) sehingga nantinya dapat dijadikan pedoman dalam pelaksanaan proses belajar mengajar selanjutnya.