

PENDIDIKAN KARAKTER DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN PENDIDIKAN

Eka Prihatin, Universitas Pendidikan Indonesia, 081220441821, nenkeka@gmail.com

Abstrak

Wabah penyakit yang melanda Bangsa Indonesia semakin parah dan meluas, wabahnya tidak hanya menyerang status social atau usia tertentu, akan tetapi menjangkiti hampir seluruh rakyat Indonesia, sehingga keadaan Negara dalam semua aspek kehidupan sudah tidak sehat lagi. Berbagai kajian dilakukan oleh berbagai pakar untuk menemukan wabah penyakit tersebut, akhirnya semua meyakini bahwa Negara Indonesia tercinta sedang mengalami dekadensi moral. Manajemen stratejik Pendidikan Karakter Bangsa dapat diimplementasikan dalam semua jenis pendidikan baik pendidikan formal, non formal dan in formal, kolaborasi ketiga jenis pendidikan tersebut secara komprehensif akan memperbaiki moral bangsa sehingga Bangsa Indonesia mampu bersaing secara global.

Kata kunci: karakter bangsa, nilai, manajemen stratejik, pemasaran pendidikan

1. Latar Belakang

Bukan sesuatu yang baru lagi kalau Indonesia merupakan Negara yang korup, dan bukan hal yang baru kalau semua media setiap hari menginformasikan kebobrok-kan tingkah laku warga Negara Indonesia, tidak hanya lapisan atas, pemimpin, pelajar, pengusaha dan masyarakat umumnya, tapi kehebohan di kepolisian, pengadilan, Kejaksaan dan kehakiman, yang nyata-nyata mereka tempat rakyat meminta perlindungan. Kalau sudah seperti ini apakah penangkapan yang dilakukan oleh polisi adalah orang yang benar-benar bersalah? Jangan-jangan dia tidak salah apapun. Apakah yang diputuskan di pengadilan memang betul tepat sesuai dengan kesalahannya? Jangan-jangan semuanya dapat diatur dengan uang. Apakah siswa yang lulus dari jenjang pendidikan tertentu memang layak lulus? Jangan-jangan semuanya dapat dibicarakan.

Keraguan tersebut mengakibatkan perubahan nilai yang dianut, dimana bukan yang benar memang benar akan tetapi yang benar itu adalah nilai yang dianut oleh suara terbanyak. Wah... kira-kira Indonesia dalam 5 tahun yang akan datang seperti apa? Bukan hal yang tidak mungkin kembali dijajah, bukan oleh satu Negara seperti jaman dulu, tapi oleh semua Negara yang ada di dunia, Negara global!

Meski pembentukan karakter bangsa sudah menjadi gerakan nasional, yang dikaji oleh semua pakar, akan tetapi masih belum mampu menunjukkan langkah apa yang paling tepat untuk mengantisipasi masalah tersebut, hal itu karena semuanya masih dalam wacana, masih dalam doa, belum mampu menunjukkan secara eksplisit apa sih indicator dari karakter bangsa yang baik. Kenapa dikatakan hanya bentuk doa, misalnya harus menjadi orang yang baik, seperti apa yang dikatakan baik itu? Apa indicator baik untuk anak balita, pra-sekolah, sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, mahasiswa, sampai dengan lansia.

Belum lagi dengan arus informasi dan komunikasi yang menyerbu masuk, menyerang semua kaum muda, generasi bangsa dengan segala kemilaunya meruntuhkan karakter yang telah tertanam. Contoh yang diberikan oleh para pemimpin yang semakin vulgar menunjukkan pencabulan karakter, mulai dari saling menyalahkan, fitnah sampai dengan perkelahian dalam sidang yang terhormat. Bagaimana kita mengharapkah generasi muda memiliki karakter, jika kita yang tua hanya memberikan karakter buruk. Pantas saja jika Ibu Pertiwi sedang lara, merintih dan berdoa....

Manajemen stratejik Pendidikan Karakter Bangsa harus berintikan pada kolaborasi secara komprehensif antara pendidikan formal, nonformal dan informal berdasarkan pada indicator karakter bangsa yang tepat sesuai dengan taraf perkembangan kehidupan manusia, dari mulai lahir sampai lansia. Sehingga dengan demikian pendidikan karakter tidak bisa hanya ditiipkan

pada pendidikan formal saja dan menjadi satu mata pelajaran layaknya IPA, Matematika atau Bahasa Indonesia, akan tetapi menjadi kewajiban bersama antara orang tua, masyarakat, sekolah, dan governance.

2. Konsep Manajemen Strategik Pendidikan Karakter

Saya sependapat dengan Crown Dirgantoro (2001) yang mengemukakan bahwa yang terpenting dalam setiap interaksi itu adalah penciptaan nilai (value creation). Konsep beliau memang ditujukan pada dunia bisnis, akan tetapi saya melihat hal tersebut dapat diaplikasikan pada dunia pendidikan, bahkan konsep tersebut sangat tepat diimplementasikan dalam dunia pendidikan.

Penciptaan nilai merupakan inti dari manajemen strategik pendidikan karakter. Banyak ahli yang mengemukakan pengertian tentang manajemen strategik, diantaranya adalah David Hunger & Thomas L. Wheelen (2000), menyatakan : *strategic management is that set of managerial decision and actions that determines the long-run performance of a corporation. It includes environmental scanning, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control.* Senada dengan pendapat Fakri Gaffar (2009) yang menyatakan bahwa manajemen strategik adalah proses yang memiliki dua tahapan, pertama penyusunan dan penentuan strategi; dan kedua proses implementasi strategi untuk mencapai tujuan strategik, sehingga manajemen strategik adalah proses manajemen yang memiliki strategi yang tepat untuk memberikan respon terhadap tuntutan lingkungan strategic yang terus berubah dan berkembang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Scanning lingkungan internal dan eksternal menjadi bahan dasar untuk menentukan strategi yang tepat sehingga tujuan strategic tercapai secara efektif, efisien dan excellence.

Pendidikan karakter memuat nilai-nilai yang ingin di hidupkan secara terus menerus secara nasional sehingga menjadi budaya bangsa yang akan menjadi ciri khas bangsa. Nilai dasar tersebut merupakan gabungan dari nilai kebenaran yang dianut oleh semua agama, aturan tertulis dan tidak tertulis, kebenaran menurut umum dan kebenaran global. Nilai tersebut harus terinformasikan secara eksplisit sehingga seluruh lapisan masyarakat yang berkewarganegaraan Indonesia mengetahui, memahami, mengamalkan dan menjadi nafas seluruh rakyat Indonesia. Selanjutnya nilai tersebut saya sebut sebagai core capabilities yang ingin di capai.

Dalam gambar sederhana menurut Crown D (2001:162) pembentukan core capabilities merupakan gabungan dari core competencies dan strategic process. Core competencies berkaitan dengan skill, knowledge dan teknologi know how yang akan memberikan keunggulan pada pembentukan rantai nilai, sehingga bila digabungkan dengan strategic process yaitu proses yang digunakan untuk menyampaikan know-how bisa dalam bentuk produk, jasa dan hasil lain yang memiliki nilai tinggi kepada customer dan stakeholders, yang menjadi ciri yang paling kritis dan khas, serta paling sulit ditiru oleh yang lain.

Dalam topik pendidikan karakter bangsa, maka yang menjadi core competencies yang ditentukan adalah terciptanya perilaku yang memiliki kecerdasan social sehingga karakteristik Indonesia tetap tampil utuh dalam konteks yang utuh sehingga menjadi kepribadian yang utuh pula. Indikator dari karakter kepribadian Bangsa Indonesia terangkum dalam makalah selanjutnya (pendidikan karakter dalam berbagai perkembangan manusia). Indikator di atas bukan perilaku yang harus secara kaku diikuti, itu merupakan standar perilaku yang harus dianut, dipahami, diikuti oleh seluruh lapisan masyarakat, dari mulai governance, bisnis, dunia pendidikan, orang tua dan masyarakat secara umum, termasuk wisatawan yang menginjak bumi pertiwi.

Pemahaman yang sama tentang standar perilaku akan menjadi etika yang menjadi aturan yang bersifat tertulis dan tidak tertulis yang akan mengikat setiap warga Negara dan orang yang menginjak serta berhubungan dengan Negara Indonesia.

Dengan demikian jika seluruh orang tua yang ada di Negara Indonesia menganut pada standarisasi perilaku yang telah ditetapkan dalam aturan setiap interaksi dan transformasi terhadap seluruh keluarga, maka dengan sendirinya interaksi antar keluarga yang kemudian disebut masyarakat akan menjadi sehat sesuai dengan standar perilaku yang ditentukan. Pembangunan karakter yang dimulai dari keluarga dengan sendirinya akan mempengaruhi bagaimana interaksi seseorang di sekolah, dengan governance, dengan pelaku bisnis, politik, hukum dan masyarakat global.

Implementasi dari konsep ini membutuhkan kolaborasi dari semua lapisan masyarakat di Indonesia. Dalam arti, jika ada satu anggota keluarga yang melakukan perilaku yang tidak sesuai dengan standar, maka tidak segan-segan untuk memberikan hukuman yang memiliki dasar hukum dan legalitas menghukum dengan tepat tanpa pandang bulu.

Pekerjaannya akan semakin berat, manakala sanksi dan pemberi sanksi tidak mampu secara tegas dan adil dalam pelaksanaannya. Prediksi proses pembangunan karakter dengan cara tersebut hanya membutuhkan kurang dari 1 tahun maka seluruh rakyat yang terkena wabah masal kelainan perilaku akan sembuh.

3. Pemasaran Pendidikan

Pemasaran dalam pendidikan sangat sederhana dimana konsepnya adalah semakin tinggi kualitas layanan pendidikan maka akan semakin tinggi tingkat ekspektasi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Tahapan secara sederhana adalah kualitas layanan pendidikan akan berpengaruh terhadap kualitas output pendidikan, semakin berkualitas maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan dari pelanggan pendidikan, semakin puas maka akan membangun loyalitas pelanggan pendidikan terhadap lembaga pendidikan dan semakin loyal maka akan semakin tinggi citra lembaga di masyarakat, sehingga timbul penilaian tentang sekolah favorit dan bukan.

Dalam konteks ini, kata pendidikan tidak diterjemahkan dengan pendidikan formal saja akan tetapi seluruh interaksi pendidikan yang terjadi baik formal, nonformal, informal dan social. Interaksi pendidikan dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi standarisasi yang ditetapkan sehingga menjadi akuntabel dan memiliki jaminan mutu, hal tersebut dilakukan untuk membangun kepercayaan public terhadap pendidikan.

Kualitas interaksi pendidikan melibatkan kualitas dari pendidik dan peserta didik, kualitas konten dan konteks serta metode pendidikan. Lebih luas lagi semua aspek yang mempengaruhi layanan pendidikan harus memiliki nilai kualitas yang tinggi.

Semua kualitas dari aspek pendidikan merupakan rantai nilai yang terbentuk, semakin tinggi dan kuat rantai nilai yang terbentuk dari interaksi pendidikan maka akan membangun rantai nilai total yang luar biasa.

4. Perspektif Pemasaran Pendidikan Terhadap Pendidikan Karakter

Jika konsep nilai menjadi acuan dalam setiap interaksi pendidikan, maka tidak ragu lagi siapapun yang menyelenggarakan pendidikan akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat umum. Sehingga apapun produk pendidikan yang di tawarkan akan diminati masyarakat dan memiliki sifat akuntabilitas yang tinggi.

Pendidikan karakter yang menjadi inti permasalahan, dimulai dengan standarisasi karakter bangsa yang ditetapkan secara jelas sehingga menjadi acuan legal bagi semua lapisan masyarakat. Interaksi pendidikan yang ada di keluarga harus mengikuti acuan tersebut dan menerapkan sanksi sesuai dengan yang telah ditetapkan apabila ada perilaku yang menyimpang negatif dari standar tersebut.

Pendidikan formal dan non formal juga harus mengikuti acuan standar yang sama tentang karakter bangsa, begitu juga dalam pelaksanaannya apabila ada yang melanggar akan

mendapatkan sanksi yang sama seperti pelanggaran yang terjadi dalam setiap interaksi. Demikian juga dalam interaksi social, interaksi dengan governance, memiliki kesamaan implementasi dan nilai acuan standar serta sanksi yang ditetapkan.

Pada awalnya implementasi ini seperti sukar terlaksana, akan tetapi karena setiap orang memiliki peran yang sama dalam interaksi pendidikan ini, maka dalam waktu yang singkat akan mampu menghidupkan karakter bangsa yang diinginkan.

Maka tidak akan ada lagi pelanggaran yang bersifat pidana dan perdata, juga pelanggaran social yang terjadi di bumi Indonesia. Tugas pengawasan juga tidak begitu berat dan tidak harus bersifat subjektif ataupun memihak karena para pengawas pun memiliki pemahaman yang sama tentang standar perilaku, bahkan kerjanya polisi tidak harus panas-panasan dijalan menjaga kelancaran lalu lintas, akan tetapi cukup hanya memantau lewat CCTV, begitu juga ketika diadakan ujian apapun jenisnya tidak akan ada lagi contek masal dan sebagainya, guru hanya melihat CCTV saja, demikian halnya dengan pedagang dimana mereka tidak usah lagi pasang kewaspadaan yang tinggi terhadap pengutil, yang ada hanya memberikan layanan dan barang yang berkualitas.

Cipta nilai yang dilakukan oleh perorangan dalam setiap interaksinya akan menjadi rantai nilai yang membentuk total nilai kepribadian seluruh bangsa Indonesia. Bagi bunga melati, maka harumnya akan memenuhi jagat raya, maka dengan sendirinya masyarakat global akan mulai melirik proses pendidikan di Negara Indonesia menjadi pilihan untuk menentukan layanan pendidikan bagi dia dan keluarga serta hadaitaulannya butuhkan, merambat pada kenyamanan dan keamanan lingkungan di Indonesia sehingga menjadi pilihan untuk menghabiskan masa liburannya, belum lagi interaksi bisnis yang penuh etika sehingga membuat nyaman pelaku bisnis tanpa harus waspada terjadi penipuan, demikian juga dengan segala aspek kehidupan bernegara menjadi daya tarik tersendiri untuk memilih Indonesia sebagai Negara yang menjanjikan surga dunia yang positif.

Yah sudah... jika hal tersebut sudah terjadi, Negara Indonesia tidak memerlukan biaya yang tinggi untuk memasarkan produk apapun yang berkaitan dengan label Indonesia.

5. Kesimpulan

Pendidikan karakter bangsa harus dimulai dengan pemahaman yang sama tentang indikator karakter yang ditetapkan sebagai standar perilaku seluruh rakyat Negara Republik Indonesia, pemerintah harus menentukan indikator tersebut berdasarkan mix indikator karakter menurut agama yang diakui di Indonesia, aturan tertulis dan tidak tertulis, nilai tinggi yang dianut semua suku bangsa dan cirri khas kebudayaan setiap daerah serta nilai tinggi Pancasila. Nilai universal dari semua nilai yang dianut oleh seluruh bangsa dengan keragaman suku dan budaya serta dan tradisi yang ada menjadi indikator karakter bangsa yang ingin di jadikan core kompetensi seluruh rakyat Indonesia.

Proses transformasi pendidikan karakter bangsa dilakukan oleh seluruh rakyat Indonesia, dalam arti tidak ada yang memikul tanggung jawab lebih, semuanya memikul tanggungjawab yang sama, dalam arti jika ada salah seorang yang melakukan pelanggaran maka kesalahan pendidikan karakter tidak bisa ditunjukkan pada guru atau orang tua atau yang lainnya, akan tetapi itu kesalahan seluruh orang yang melakukan interaksi dengan orang tersebut, dan juga yang terbesar adalah kesalahan orang per-orang. Dengan demikian sanksi yang setinggi-tingginya akan membuat orang jera melakukan kesalahan kembali.

Nilai yang diciptakan oleh orang perorang akan membentuk rantai nilai yang kokoh sehingga menjadi rantai nilai yang total. Totalitas dari rantai nilai akan menjadikan harumnya Negara Indonesia di seluruh jagat raya, yang akan menjadi daya tarik bagi bangsa lain untuk memakai produk Indonesia. Sehingga terbukalah pemasaran Indonesia sebagai Negara yang memiliki produk yang berkualitas.

Dengan demikian gabungan dari core competencies dan strategic process akan melahirkan core capabilities Negara Indonesia untuk memenangkan persaingan global dengan mengusung rantai nilai yang total sehingga persaingannya sangat santun tanpa meninggalkan kualitas diri, secara otomatis penghargaan dan kepercayaan masyarakat global merupakan pintu terbuka bagi pemasaran seluruh rakyat Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Dirgantoro, Crown, (2001). *Manajemen Stratejik, Konsep, Kasus dan Implementasi*. Jakarta, PT Gramedia.

David Hunger & Thomas L. Wheelen , (1993). *Strategic Management (4rd)*. United States of America, Wesley Publishing Company, Inc.

Fakri Gaffar (2009). *Profesionalisme PT pada Era Globalisasi. Seminar Nasional*. Jakarta: ISMAPI.