

Sosialisasi Terhadap Kemasan Madu Kelulut Di Kecamatan Sei Kakap Kabupaten Kubu Raya

¹⁾Uti Asikin, ²⁾M. Qahar Awaka, ³⁾Aktris Nuryanti, ⁴⁾Sri Widyastuti, ⁵⁾Tiza Yaniza, ⁶⁾Rachmawati
¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾ Fakultas Hukum, Universitas Tanjungpura Pontianak

Email Corresponding: muhamamad.qahar.awaka@hukum.untan.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kemasan Produk
Madu Kelulut
Label Kemasan

Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi (Shofie & Yusuf, 2003). Banyak masalah mengenai pangan terjadi di Indonesia. Hingga kini masih banyak kita temui pangan yang beredar di masyarakat yang tidak mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label, sehingga meresahkan masyarakat. Perdagangan pangan yang kedaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan berformalin, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia. Program PKM ini dilaksanakan dengan cara melakukan sosialisasi terhadap kemasan madu kelulut yang menarik sehingga akan menarik minat konsumen untuk membeli dan mengkonsumsinya. Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program PKM adalah dengan cara ceramah, diskusi dan evaluasi kegiatan. Pelaksanaan program PKM ini berjalan baik dan lancar, serta dipahami oleh masyarakat.

ABSTRACT

Keywords:
Product Packaging
Graduation Honey
Packaging Labels

From the information on the label, consumers can make choices before buying and or consuming food. Without clear information, fraud can occur (Shofie & Yusuf, 2003). Many problems regarding food occur in Indonesia. Until now, we still encounter a lot of food circulating in the community that does not heed the provisions regarding labeling, thus disturbing the community. Trade in expired food, use of coloring agents that are not intended for food, food with formalin, food containing preservatives, or other actions which are very detrimental to the community, can even threaten the health and safety of human souls. This PKM program is carried out by socializing attractive kelulut honey packaging so that it will attract consumers to buy and consume it. The approach method used in the implementation of the PKM program is by means of lectures, discussions and evaluation of activities. The implementation of the PKM program is running well and smoothly, and is understood by the community.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan kegiatan ekonomi masyarakat yang beraneka ragam telah menyebabkan munculnya jenis-jenis bidang usaha yang dilakukan baik secara mandiri maupun secara bersama dengan anggota masyarakat lainnya (Fajar & Mulyanti, 2019; Niode, 2019). Salah satu bidang usaha yang saat ini diminati oleh masyarakat adalah memproduksi madu kelulut (Abidin et al., 2021).

Banyaknya manfaat madu dan produk lebah lainnya mendorong masyarakat banyak berburu sarang lebah madu di hutan liar maupun beternak lebah. Di Indonesia cukup banyak peternak lebah baik lebah madu maupun lebah Trigona. Lebah madu liar yang berjenis Apis Cerana dan Apis Dorsata yang banyak tumbuh di hutan Indonesia dimanfaatkan oleh masyarakat untuk diambil madunya yang selanjutnya dijual. Lebah madu ada juga yang diternakkan oleh masyarakat yaitu jenis lebah Apis melipera. Selain lebah madu, Indonesia juga kaya dengan species lebah Trigona atau lebah tanpa sengat. Lebah ini memiliki madu yang sedikit berbeda dengan lebah madu yang bersengat, rasa madu lebah ini sedikit asam dan jenisnya juga sangat banyak (Adalina, 2008). Madu yang dijual kepada masyarakat atau konsumen harus juga dilengkapi dengan kemasan yang baik sehingga terdapat informasi yang dapat diketahui konsumen sebelum menggunakan produk madu tersebut (Hakim et al., 2021; Sabinus, 2020).

Pentingnya informasi yang akurat dan lengkap atas suatu barang dan/atau jasa mestinya menyadarkan pelaku usaha untuk menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa berkualitas, aman dikonsumsi atau digunakan, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang wajar (reasonable) (Cahyani et al., 2020; Rosmadi, 2019). Bagi konsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa memiliki arti yang sangat penting. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu (Asprianto et al., 2021; Wijayanti, 2017).

Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi (Pratiwi, 2019; Purnawanti, 2013). Banyak masalah mengenai pangan terjadi di Indonesia. Hingga kini masih banyak kita temui pangan yang beredar di masyarakat yang tidak mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label, sehingga meresahkan masyarakat. Perdagangan pangan yang kedaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan berformalin, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia (Hertina et al., 2021; Oktaviani, 2021). Pemberian informasi dan pelatihan pada masyarakat sangat penting guna meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga dapat mengubah perilaku masyarakat (Julianry et al., 2017; Sukmawati et al., 2022). Pendampingan diperlukan guna meningkatkan hal tersebut.

II. MASALAH

Kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan hasil maksimal khususnya pengetahuan bagi masyarakat baik sebagai pelaku usaha maupun aparat pemerintah yang juga bergerak dalam kegiatan ekonomi agar memiliki dasar hukum dalam melakukan kegiatannya, sehingga masyarakat dapat meningkatkan produksi madu kelulut dengan membuat kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian analisis situasi yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana melakukan pengemasan hasil produk madu kelulut yang sesuai dengan aturan yang berlaku ?
2. Bagaimanakah akibatnya jika kemasan produksi madu kelulut tidak sesuai dengan aturan yang berlaku ?

III. METODE PELAKSANAAN

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi ceramah, diskusi dan evaluasi kegiatan (Sugiyono, 2017, 2018, 2019). Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini disampaikan dengan metode ceramah terlebih dahulu, dimana Narasumber akan menyampaikan paparan tentang kegiatan ekonomi yang terjadi dalam masyarakat, selanjutnya akan dipaparkan juga tentang pentingnya kemasan yang baik sehingga memberikan keamanan bagi pihak konsumen dalam mengkonsumsi makanan. Dalam metode ceramah ini narasumber akan memberikan penjelasan dengan alat bantu berupa materi ceramah yang dapat difahami dan dibagikan kepada para peserta.

Setelah melakukan ceramah kepada para peserta kegiatan selanjutnya adalah memberikan kesempatan para peserta untuk melakukan diskusi tanya jawab dengan para Narasumber, sehingga lebih meningkatkan pemahaman serta pengetahuan para peserta akan pentingnya membuat kemasan produk dari madu kelulut yang dihasilkan oleh masyarakat. Evaluasi dari kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui hasil dan *progress* dari pelaksanaan program yang telah di rencanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner atau pertanyaan kepada para peserta sejauh mana pemahaman para peserta berkaitan dengan materi yang telah disampaikan sehingga dapat diketahui apakah para peserta sudah memahami tentang kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan kemasan madu yang diproduksi oleh masyarakat.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh kelompok yang terdiri dari Ketua Pelaksana, M. Qahar Awaka, SH, LL.M., dan Anggota Pelaksana H. Uti Asikin, S.H., M.Hum, Dina Karlina, S.H., M.Hum, Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si, FC Arb., Ismawartati, S.H., M.H., Dr. Aktris Nuryanti, S.H., M.Hum, Rachmawati, S.H., M.H., Dr. Siti Rohani, S.H., M.Hum., Afra Roki, S.H., LL.M., Tiza Yaniza, S.H., M.H., Serta Mahasiswa Peserta ada 5 (lima) Orang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan hukum dengan tema dari kegiatan ini Sosialisasi Terhadap Kemasan Madu Kelulut Di Kecamatan Sei Kakap Kabupaten Kubu Raya, bertempat di Kediaman Sekretaris Desa Sui Itik Kecamatan Kakap Kabupaten Kubu Raya, pada tanggal 5 Agustus 2020, pukul 08.00 wib sampai dengan pukul 14.00 wib.

Peserta dari pelaksanaan penyuluhan hukum ini adalah masyarakat umum dan para pelaku usaha madu kelulut, tim juga bekerjasama dengan para Mahasiswa anggota Tim Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat terkait yang dilaksanakan di kantor Kediaman Bapak Sekretaris Desa Sui Itik Kecamatan Kakap Kabupaten Kubu Raya sejumlah sekira 30 orang.

Dalam hal ini, kegiatan PKM memberikan solusi bagi masyarakat selaku pelaku usaha maupun aparat terkait dengan pembuatan kemasan yang baik dalam produksi madu kelulut dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Tim pelaksana yang merupakan civitas akademika yang memiliki keahlian di bidang hukum dapat menjadi agen perubahan yang sangat berguna bagi masyarakat. Adapun materi yang diberikan berkaitan dengan tema penyuluhan adalah tentang bagaimana kemasan yang baik bagi madu kelulut yang telah dihasilkan oleh para petani madu.

Kemasan untuk madu memiliki pola yang berbeda beda. tergantung kebutuhan pelaku usaha produk madu, ada yang berbentuk kotak, adapula bentuk unik lainnya. Ukuran dus kemasan ini berbeda beda sesuai ukuran botol yang ingin dimasukkan dalam dus. Anda bisa mencantumkan beberapa hal dalam kemasan madu seperti : Khasiat dan manfaat madu, penggunaan dll yang sekiranya bisa menambah keyanikan konsumen menggunakan madu yang dijual. Corak desain grafis berperan penting, karena desain sangat mempengaruhi menarik tidaknya kemasan tersebut. Komposisi warna yang serasi akan menghasilkan desain exclusive yang bagus.

Pada botol madu biasanya ada labelnya. Label ini harus dibuat semenarik mungkin agar menarik. Bedanya padalabel ini polanya tidak seperti dus karena akan ditempel pada botol atau wadah madunya. Desain label baiknya serasidengan dus kemasan luarnya. Jika kemasan dominan warna hijau baik label maduk juga warna hijau. Penempatan label bisa melingkar untuk wadah yang bulat, bisa juga depan belakang.

Akan sangat bagus jika corak desain baik untuk kemasan luar maupun label dibuat exclusive sehingga mencerminkan madu tersebut berkualitas dan diolah secara higienis. Jika anda tidak bisa mendesain sendiri, bisa menggunakan jasa desain dari Pixell Design yang sudah berpengalaman dalam melakukan pembuatan kemasan madu. Gunakan dekorasi yang pas sesuai keunggulan madu tersebut.

Kemassn yang baik dan mengandung higienitas akan memberikan perlindungan juga kepada konsumen yang mengkonsumsi madu kelulut. Konsumen adalah setiap orang yang pemakai barang dan /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak unuk diperdagangkan. Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online seperti yang kini kian marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

Pengertian Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan

mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen bertujuan untuk:

1. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang atau jasa;
3. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

V. KESIMPULAN

Peserta sosialisasi menyadari pentingnya pemahaman tentang kemasan yang baik dalam produksi madu kelulut yang telah dihasilkan oleh masyarakat serta peran aktif tim PKM dalam membantu menjelaskan bentuk kemasan yang higienis bagi pelaku usaha yang nantinya akan menarik minat masyarakat untuk membeli madu kelulut yang dihasilkan. Peserta sosialisasi mulai mengetahui dan memahami secara jelas tentang aturan tentang perlunya kemasan yang baik guna melindungi konsumen dalam menggunakan dan memanfaatkan madu yang telah dihasilkan. Peserta sosialisasi menyadari pentingnya mengetahui dan memahami secara jelas tentang pemahaman akan bentuk kemasan yang baik guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan pendapatan para petani madu kelulut

Beranjak dari kesimpulan di atas, maka disarankan agar kegiatan penyuluhan hukum terkait dengan materi sosialisasi kemasan madu kelulut khususnya bagi masyarakat petani serta masyarakat pada umumnya dilakukan secara periodik dan perlu dilakukan tidak hanya di wilayah kecamatan Sei Kakap melainkan juga di wilayah kabupaten lainnya di Provinsi Kalimantan Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Thamrin, G. A. R., Naemah, D., Yuniarti, & Mahdie, M. F. (2021). Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Kelulut Assyifa. *Pro Sejahtera*, 3(1).
- Adalina, Y. (2008). ANALISIS FINANSIAL USAHA LEBAH MADU Apis mellifera L. *Jurnal Penelitian Hutan Dan Konservasi Alam*, 5(3), 217–237. <https://doi.org/10.20886/jphka.2008.5.3.217-237>
- Asprianto, A., Alam, S., & Larisu, Z. (2021). PENERAPAN DIGITALISASI DALAM PENGADAAN BARANG DAN JASA PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA KENDARI. *Publica : Jurnal Administrasi Pembangunan Dan Kebijakan Publik*, 12(1). <https://doi.org/10.33772/publica.v12i1.15020>
- Cahyani, A. D., Mulyani, S., & Budiman, N. A. (2020). Pengaruh Akuntansi Berbasis SAK EMKM, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik Usaha Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, September.
- Fajar, C. M., & Mulyanti, D. (2019). Meningkatkan Taraf Perekonomian dan Kesejahteraan Melalui Perencanaan Investasi Pendidikan. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1).
- Hakim, S. S., Siswadi, Wahyuningtyas, R. S., Rahmanto, B., Halwany, W., & Lestari, F. (2021). Sifat Fisikokimia dan Kandungan Mikronutrien pada Madu Kelulut (*Heterotrigona itama*) dengan Warna Berbeda (Physico-chemistry and Micronutrient Contents of Different Colour Kelulut Honey Bee (*Heterotrigona itama*)). *Jurnal Penelitian Hasil Hutan*, 39(1).
- Hertina, D., Hendiarto, S., & Wijaya, J. H. (2021). DAMPAK COVID-19 BAGI UMKM DI INDONESIA PADA ERA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8798>
- Julianry, A., Syarief, R., & Affandi, M. J. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan serta Kinerja Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.2.236>

- Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1).
- Oktaviani, M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Bersama Garda Nusantara Meningkatkan UMKM di Wilayah Jawa Barat. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.30651/hm.v2i3.10181>
- Pratiwi, R. (2019). Pencantuman Komposisi Bahan Pada Label Makanan Sebagai Hak Hukum di Kota Pekanbaru. *Jurnal Gagasan Hukum*, 1(1).
- Purnawanti, E. (2013). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA DAYAAN DAN KALILONDO SALATIGA. *Among Makati*, 5. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- Rosmadi, M. L. N. (2019). Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Seminar Nasional Ekonomi Dan Dewantara*.
- Sabinus, S. (2020). PENGARUH DENDA PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TERHADAP PERILAKU TAAT PAJAK. *JURNAL BORNEO AKCAYA*, 6(1). <https://doi.org/10.51266/borneoakcaya.v6i1.160>
- Shofie, & Yusuf. (2003). *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Issue April).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sukmawati, E., Nurhasanah,), Diii Kebidanan, P., & Serulingmas, S. (2022). *Pelatihan Senam Yoga Ibu Hamil* (Vol. 3, Issue 2). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/390>
- Wijayanti, N. P. . (2017). E-Katalaog dalam Pengadaan Barang. *Soshum: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2).