



# Peningkatan Kapasitas Masyarakat Terhadap Pemahaman Labeling Produk Pertanian di Bidang Ekspor Impor

Genesiska<sup>1,\*</sup>, Rezki Satris<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia.

Kampus Terpadu UMY Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, DI. Yogyakarta 55183, Indonesia.

<sup>2</sup>Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia.

Email\*: [genesiska@umy.ac.id](mailto:genesiska@umy.ac.id)

**Abstrak.** Proses labeling dalam suatu produk merupakan salah satu hal yang penting untuk diketahui oleh masyarakat terutama dalam hal labeling produk pertanian baik dalam hal ekspor maupun impor. Akan tetapi dalam hal *traceability* produk terkhusus di bidang pangan pengetahuan tentang labeling mulai dari proses produksi hingga distribusi dan bahkan sampai pada konsumen sering kali terabaikan. Sehingga masyarakat sebagai konsumen terkadang belum mengetahui apa saja kandungan yang ada dalam sebuah produk hingga batas konsumsi produk terutama produk-produk ekspor dan impor dalam sebuah negara. Dalam proses labeling hal yang perlu diperhatikan terkait barang-barang ekspor maupun impor diantaranya adalah informasi ukuran, berat, kualitas, kuantitas, asal produksi, perusahaan produsen, bahan-bahan yang digunakan dalam produksi, serta hak kekayaan intelektual (seperti trademark, patent, copyright). Akan tetapi, pada praktiknya terdapat beberapa penyimpangan dalam proses labeling diantaranya para pelaku usaha dalam memperdagangkan suatu produk pangan sering melakukan kecurangan agar produk pangan impor yang dijual laku dalam jumlah banyak. Salah satu perbuatan curang yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah kecurangan dalam hal memperdagangkan produk pangan impor yang masih menggunakan bahasa asing dalam labelnya atau tidak berlabel bahasa Indonesia. Selain itu, produk pangan yang mengandung Genetically Modified Organism (GMO) yaitu organisme yang DNA-nya telah diubah atau dimodifikasi dengan cara tertentu melalui rekayasa genetika bagi kebanyakan masyarakat belum paham terhadap hal tersebut. Dalam hal produk yang mengandung GMO dipasaran cenderung lebih murah dibandingkan dengan produk local asli. Sehingga, kecenderungan masyarakat lebih memilih produk yang mengandung GMO.

**Kata Kunci:** labeling produk, ekspor-impor, GMO.

**Abstract.** The labeling process in a product is one of the important things to be known by the public, especially in terms of labeling agricultural products both in terms of exports and imports. However, in terms of product traceability, especially in the food sector, knowledge about labeling from the production process to distribution and even to consumers is often neglected. So that people as consumers sometimes do not know what the content is in a product to the limit of product consumption, especially export and import products in a country. In the labeling process, things that need to be considered regarding export and import goods include information on size, weight, quality, quantity, origin of production, producer company, materials used in production, as well as intellectual property rights (such as trademarks, patents, copyrights). However, in practice there are several irregularities in the labeling process, including business actors in trading a food product often committing fraud so that imported food products sold are sold in large quantities. One of the fraudulent acts committed by business actors is fraud in terms of trading imported food products that still use foreign languages on their labels or are not labeled in Indonesian. In addition, food products containing Genetically Modified Organisms (GMOs) are organisms whose DNA has been altered or modified in a certain way through genetic engineering, most people do not understand about this. In terms of products containing GMOs, the market tends to be cheaper than the original local products. Thus, people tend to prefer products that contain GMOs.

**Keywords:** product labeling, import-export, GMO.

## 1. Pendahuluan

Produk pertanian menjadi salah satu sektor perdagangan internasional yang sering dilakukan antar negara. Hal ini disebabkan karena produk pertanian merupakan sektor penting dalam memenuhi kebutuhan pangan suatu negara. Setiap negara saling mempunyai ketergantungan dengan negara lain sesuai dengan kebutuhan nasionalnya yang dikenal dengan istilah *national interest*. Keterkaitan dan ketergantungan antar negara menyebabkan terjadinya bentuk kerja sama dalam bidang perdagangan. David Ricardo melalui teori keunggulan komperatif yang berisi prinsip-prinsip pembagian kerja antar negara di mana setiap negara harus mengkhususkan diri dalam bidang kegiatan ekonomi berdasarkan keunggulan komperatif yang dimiliki setiap negara (Adrian Sutedi, 2014).

Terjadinya perdagangan internasional disebabkan oleh dua hal, pertama, negara-negara yang melakukan perdagangan didorong atas hadirnya perbedaan yang dimiliki oleh negara lainnya sehingga dengan melakukan perdagangan secara internasional akan memberikan keuntungan satu sama lainnya. Kedua, negara-negara berdagang karena lebih efisien untuk mengimpor barang dari negara lain dari pada menghasilkannya di dalam negeri karena biaya produksi dalam negeri yang tinggi (Sasono 2013).

Meningkatnya kerjasama antara negara dalam bidang perdagangan terutama dalam hal pertanian menyebabkan produk-produk pertanian semakin banyak dibutuhkan oleh berbagai negara. Akan tetapi seiring dengan banyaknya kebutuhan dari berbagai negara tentu membuka ruang-ruang terhadap hadirnya kejahatan internasional. Kejahatan perdagangan internasional terhadap produk pertanian memberikan dampak kerugian terhadap para petani dan produsen pertanian secara tidak langsung. Hal ini bisa menyebabkan perolehan keuntungan para petani dan produsen menurun secara signifikan.

Oleh karena itu, untuk melindungi dari dampak kejahatan perdagangan internasional terutama dalam hal produk pertanian dibutuhkan pemahaman tentang *traceability* produk pertanian, khususnya untuk tanaman bahan pangan sehingga jaminan kualitas dan keamanan produk bisa terjamin hingga ke konsumen. Salah satu bentuk *traceability* produk mencakup proses dari produksi sampai distribusi, di mana produk berasal dan ke mana produk akan didistribusikan. Dalam proses *traceability* produk tersebut, tentu akan memudahkan para konsumen untuk mengetahui dan mengidentifikasi produk-produk pertanian mulai dari proses produksi hingga distribusi dan konsumsi.

Dalam hal labeling produk melalui sistem *traceability* digunakan untuk membuktikan keaslian sebuah produk tertentu. Hal ini telah dilakukan di Eropa pada abad pertengahan sekitar tahun 1930-an. Salah satu produk yang menjadi *traceability* produk adalah sampanye Perancis. Namun seiring dengan perkembangan globalisasi, *traceability* tidak hanya digunakan untuk melacak asal-usul sebuah produk namun juga digunakan untuk menjamin keamanan dan keperluan kapitalisasi produk seperti *branding*. Kepentingan *traceability* terhadap *branding* ini terlihat dalam tren labelisasi produk salah satunya label organik untuk produk pertanian (Asian Development Bank Institute, 2009).

Pemahaman masyarakat terhadap labeling produk pertanian terutama dalam hal ekspor impor menjadi sangat penting untuk diketahui. Mengingat banyaknya masyarakat yang belum mengerti tentang proses labeling produk dilakukan terutama dalam hal keamanan pangan. Sesuai dengan "Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan (untuk selanjutnya disebut UU No. 18/2012) berbunyi: "Keamanan Pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi".

Masyarakat sebagai konsumen sangat perlu untuk mengetahui barang yang mereka konsumsi baik dari segi keamanan maupun dari segi kualitas. (Widmer and Frick, 2007). Produk yang dijual pada masyarakat harus aman bagi konsumen, mulai dari kandungan dalam produk hingga batas waktu konsumsi produk (Rosmawati, 2018). Tentu hal ini berhubungan dengan para pelaku usaha atau importir sebagai penyedia kebutuhan produk pangan di Indonesia. Mereka harus mampu melihat skala prioritas terhadap kebutuhan masyarakat sebagai konsumen termasuk ketentuan dalam menggunakan label berbahasa Indonesia. Hal ini tentu akan memudahkan konsumen terhadap informasi produk yang mereka peroleh serta kandungan apa saja yang ada dalam produk tersebut. (Susantri, Rahayu, and Sanusi 2018).

Setiap produk yang diperkenalkan dan beredar kepada konsumen harus disertai informasi yang benar dan Informasi ini diperlukan agar konsumen mempunyai gambaran yang jelas pada saat ingin membeli suatu

produk tersebut. Informasi ini dapat disampaikan dengan cara, yang salah satunya adalah mencantumkan label pada kemasan yang sesuai peraturan (Lukito 2018). Informasi pada label kemasan produk sangat diperlukan bagi masyarakat agar masing-masing individu secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Namun pada kenyataannya, banyak masyarakat yang belum paham terhadap pentingnya pemahaman terhadap proses labeling terhadap barang-barang ekspor maupun impor terkait produk pangan pertanian. Ditinjau dari definisinya, label pangan yakni suatu bentuk keterangan terkait pangan yang berisi gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Label dan iklan pangan termasuk dalam lingkup pengaturan penyelenggaraan pangan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 18 tahun 2012 tentang pangan (Indonesia, 2012). Hal tersebut diatur dalam pasal 67 yang menyebutkan bahwa keamanan pangan diselenggarakan untuk menjaga pangan tetap aman, higienis, bermutu, dan tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat. Dengan demikian, label pangan digunakan dalam rangka penjaminan pangan dengan jalan memberikan informasi nilai kandungan pangan yang akan dikonsumsi. Proses penyampaian informasi inilah yang penting untuk dilakukan di semua kalangan terutama kalangan mahasiswa sebagai salah satu penggerak keilmuan di masyarakat. Mahasiswa perlu hadir terhadap ruang-ruang di mana masyarakat butuh untuk dipahami.

Oleh karena itu, salah satu bagian dari proses edukasi terhadap pemahaman labeling produk pertanian di bidang ekspor impor difokuskan kepada masyarakat akademisi terutama mahasiswa. Karena dengan melakukan sosialisasi kepada mahasiswa diharapkan akan mampu menyalurkan pengetahuan tidak hanya untuk diri tetapi untuk masyarakat luas. Mahasiswa sebagai kaum terdidik harus mampu menjadikan dirinya sebagai penggerak perubahan guna mendorong terjadinya transformasi sosial di masyarakat. Mahasiswa harus mampu mengambil peran-peran social di masyarakat terutama mahasiswa yang berada dinaungan organisasi. Salah satu organisasi yang menjadi mitra kerjasama adalah Himpunan Mahasiswa Islam.

Himpunan mahasiswa Islam sebagai salah satu mitra kerjasama dalam rangka pengabdian menjadi salah satu motor penggerak dalam mengambil bagian perubahan di masyarakat. Akan tetapi persoalan tentang proses labeling masih menjadi kendala dalam memahami bagaimana proses labeling sebuah produk bisa dilakukan terutama dalam hal pertanian. Oleh karena itu, sosialisasi tentang pemahaman labeling produk pertanian di bidang ekspor impor menjadi sangat penting untuk dilakukan sebagai bagian dari proses dalam mengambil perubahan di masyarakat kelak. Dalam kegiatan ini, kami menggandeng mitra Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fisipol UMY.

## 2. Metodologi

Program ini dilaksanakan secara virtual pada hari Senin, 12 Juli 2021 pada pukul 15.30 WIB dengan mengadakan 2 sesi sekaligus yaitu sosialisasi dan workshop. Adapun kegiatan sosialisasi dan workshop secara rinci dipaparkan pada **Tabel 1**.

**TABEL 1.** Metode Peningkatan Kapasitas Masyarakat Terhadap Pemahaman Labeling Produk Pertanian di Bidang Ekspor Impor dengan mitra Himpunan Mahasiswa Islam.

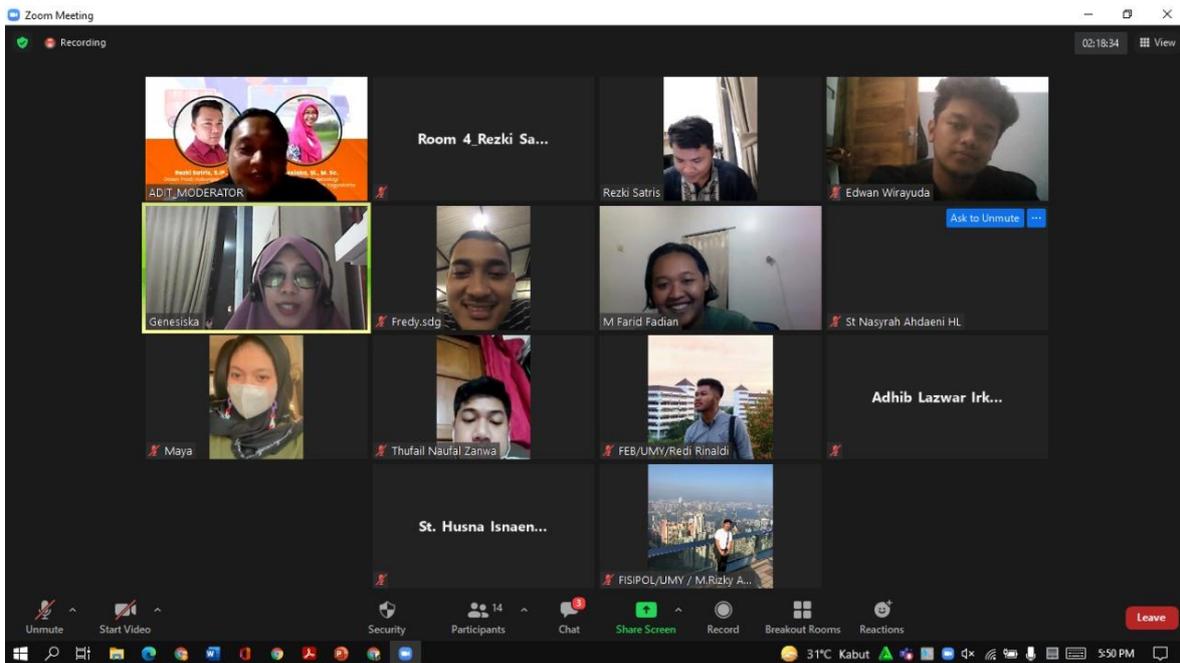
No.	Target Luaran	Metode Pelaksanaan
1	Sosialisasi secara umum pemahaman peningkatan Kapasitas Masyarakat Terhadap Pemahaman Labeling sebuah Produk	<b>Sosialisasi</b> Kegiatan dilakukan dengan cara sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap produk-produk impor dan ekspor dalam proses labeling
2	Sosialisasi mekanisme produk apa saja di bidang pertanian yang masuk dalam bagian ekspor-impor	Memberikan <b>pendampingan</b> (workshop) dalam memahami kategorisasi produk pertanian yang masuk dalam bagian ekspor-impor
3	Sosialisasi produk-produk pertanian yang belum memakai label dalam hal pemasaran hingga sampai pada konsumen	Proses labeling produk melalui sistem <i>traceability</i> digunakan untuk membuktikan keaslian sebuah produk tertentu.

Untuk melihat indikator keberhasilan program, kemudian dilakukan pengambilan data berupa kuesioner bagi seluruh peserta sosialisasi dan workshop yang hadir dalam kegiatan tersebut pada saat sebelum dan

sesudah sosialisasi dan workshop diadakan. Kemudian data disajikan dalam bentuk tabel untuk dibahas secara deskriptif. Dari data tersebut diharapkan dapat melihat bagaimana peningkatan kapasitas pengetahuan mengenai labelling produk pertanian di bidang ekspor dan impor.

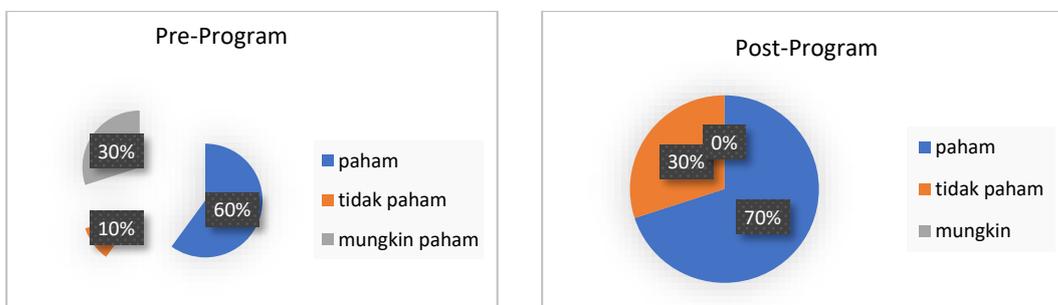
### 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini dilampirkan foto kegiatan secara virtual yang diadakan selama kurang lebih 4 jam yang meliputi kegiatan sosialisasi secara umum pemahaman peningkatan kapasitas masyarakat terhadap pemahaman labelling sebuah produk, pendampingan (workshop) dalam memahamkan kategorisasi produk pertanian yang masuk dalam bagian ekspor-impor, dan menerangkan proses labelling produk melalui sistem *traceability* digunakan untuk membuktikan keaslian sebuah produk tertentu. Kegiatan ini dihadiri sebanyak



GAMBAR 1. Sosialisasi, dan Workshop secara Virtual dalam rangka Peningkatan Kapasitas Masyarakat Terhadap Pemahaman Labeling Produk Pertanian di Bidang Ekspor Impor dengan mitra Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fisipol UMY.

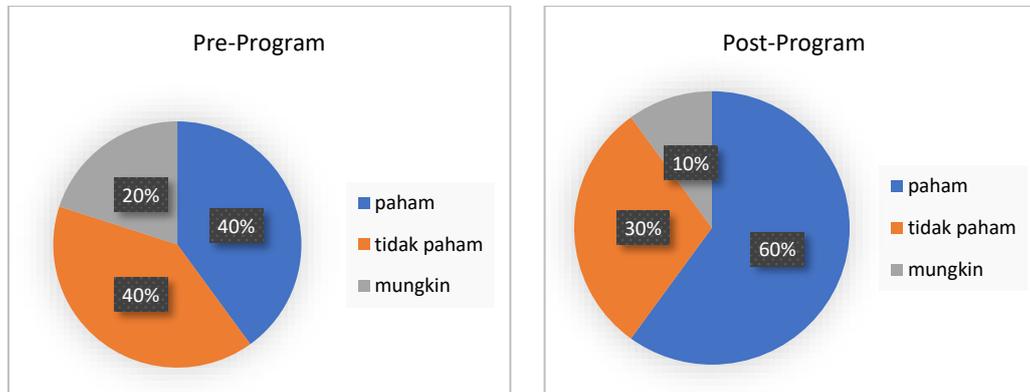
Indikator keberhasilan program ditentukan dari persentase perubahan pemahaman peserta program dari sebelum program dilaksanakan, dan setelah dilaksanakan. Berikut merupakan persentase pemahaman peserta mengenai kejelasan label pada kemasan produk.



GAMBAR 2. Perubahan pemahaman peserta mengenai kejelasan label pada kemasan produk sebelum (pre-program) dan sesudah program (post-program).

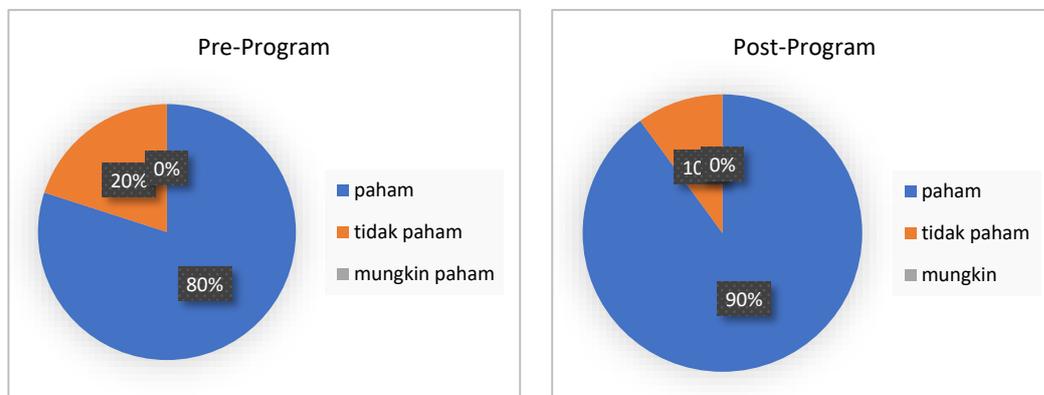
Dari tersebut dapat diasumsikan bahwa persentase masyarakat yang memahami tentang kejelasan label pada kemasan produk meningkat setelah dilakukan program pengabdian (post-program) dengan kenaikan sebanyak 10 %, sedangkan peserta yang beranggapan mungkin sudah tidak ada setelah program dilakukan. Hal ini mengindikasikan bahwa program ini diduga sukses untuk memahamkan masyarakat mengenai topik yang dibicarakan.

Selain dianalisis mengenai pemahaman kejelasan label dalam kemasan produk tersebut, dilakukan pengambilan data mengenai bagaimana pemahaman masyarakat terkait dengan aturan dalam proses labelling dalam hal keamanan pangan, **Gambar 3**.



**GAMBAR 3.** Perubahan pemahaman peserta mengenai aturan dalam proses labelling dalam hal keamanan pangan sebelum (pre-program) dan sesudah program (post-program).

**Gambar 3** menjelaskan bahwa program pengabdian diduga sukses meningkatkan kapasitas masyarakat sebesar 20 % dalam memahami bagaimana aturan dalam proses labelling dengan perubahan persentase sebesar 40 % (pre-program), menjadi 60 % (post-program).



**GAMBAR 4.** Perubahan pemahaman mengenai labelling produk dianggap perlu sebagai materi dalam mempelajari perdagangan internasional sebelum (pre-program) dan sesudah program (post-program).

Program pengabdian yang dilaksanakan diasumsikan dapat memberikan kesadaran semakin yakin kepada peserta bahwa pengetahuan mengenai labelling produk dianggap perlu menjadi materi untuk menguasai ilmu perdagangan internasional. Dari **Gambar 4** diketahui bahwa peserta yang paham mengenai labelling produk sebagai materi sebanyak 80 % (sebelum program dilaksanakan), dan meningkat sebesar 10 % setelah program pengabdian terlaksana yaitu sebesar 90 %.

Dari ketiga Gambar tersebut dapat dikatakan bahwa program pengabdian masyarakat ini diduga berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memahami labelling produk pertanian di bidang ekspor dan impor dilihat dari kenaikan persentase jumlah peserta yang paham dari peserta yang mengikuti program.

#### 4. Kesimpulan

Pemahaman masyarakat terhadap labeling produk pertanian terutama dalam hal ekspor impor menjadi sangat penting untuk diketahui. Namun pada kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum paham akan pentingnya proses labeling tersebut. Sehingga, dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat terutama mitra kerjasama pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yakni Himpunan Mahasiswa Islam memahami proses dan unsur-unsur dalam proses labeling. Kegiatan pengabdian ini selain sebagai bentuk tanggung jawab di bidang keilmuan juga sebagai bagian dari pengembangan masyarakat. Bagi mitra kerjasama diharapkan kegiatan ini terus berlanjut dan berkesinambungan agar ilmu yang didapatkan terus berkembang dan mampu untuk diaplikasikan dalam realitas sosial di masyarakat.

#### Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih ditujukan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelenggaraan program pengabdian masyarakat ini.

#### Daftar Pustaka

- Adrian Sutedi, 2014. Hukum Ekspor Impor. Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Group): Jakarta
- Asian Development Bank Institute. 2019. Food Safety and ICT Traceability Systems: Lessons from Japan for Developing Countries, ADBI Working Paper series.
- Lukito, Penny K. 2018. Laporan Tahunan BPOM. VI. Jakarta: Kepala BPOM.
- Rosmawati. 2018. Pokok Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. I. Depok: Prenadamedia Group.
- Susanti and Ade Pratiwi. 2019. "Promosi Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen." *Ensiklopedia of Journal* 1:140.
- Widmer, Petra and Heinz Frick. 2007. Hak Konsumen Dan Ekolabel. Yogyakarta: KANISIUS (Anggota IKAPI).