

## **Sosialisasi Konsumen Cerdas di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu**

### **(“Konsumen Cerdas” Socialization in Tenajar Village, Kertasemaya Sub Distric, Indramayu)**

**Riska Novitasari<sup>1\*</sup>, Mohamad Sahid Rahman<sup>2</sup>, Arif Darmawan<sup>3</sup>, Despal<sup>3</sup>, Sri Rahayu<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Fasilitator Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Institut Pertanian Bogor, IPB Dramaga, Bogor 16680

<sup>2</sup> Sekolah Bisnis, IPB University

<sup>3</sup> Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor, IPB Dramaga, Bogor 16680

Penulis Korespondensi: riskanovitasari21@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Sosialisasi konsumen cerdas merupakan kegiatan sosialisasi yang memperkenalkan bagaimana kegiatan konsumen yang baik dan benar. Kegiatan sosialisasi konsumen cerdas dilakukan di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu. Kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu rumah tangga Desa Tenajar. Kegiatan sosialisasi konsumen cerdas bertujuan memberikan pengetahuan kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Tenajar mengenai perilaku konsumen yang cerdas yaitu memeriksa produk sebelum membeli, memastikan produk sesuai SNI, membeli sesuai dengan kebutuhan, memerhatikan label kemasan, serta menegakkan hak dan kewajiban sebagai konsumen. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mencerdaskan ibu-ibu rumah tangga menjadi perilaku konsumen yang cermat, teliti dalam memilih, mengetahui label yang terdapat di kemasan produk, mengetahui hak-hak konsumen, serta mengetahui cara melakukan complain. Metode yang digunakan yaitu *pre test*, pemberian materi secara langsung, praktik langsung, tanya jawab, dan diakhiri dengan *post test*. Kegiatan sosialisasi konsumen cerdas ini mampu meningkatkan pengetahuan ibu-ibu rumah tangga mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen. Harapan ke depan dengan pengetahuan yang dimiliki tersebut yaitu seluruh masyarakat Desa Tenajar mampu menerapkan prinsip-prinsip konsumen cerdas dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: konsumen cerdas, perilaku konsumen, sosialisasi

#### **ABSTRACT**

Intelligent consumer socialization is a socialization activity that introduces how good and true consumer activities. Intelligent consumer socialization activities conducted in Tenajar Village, Kertasemaya Sub- district, Indramayu District. This activity was followed by the Housewives of the Tenajar village. Intelligent consumer socialization activities aimed at providing knowledge to housewives in Tenajar village about the intelligent consumer behaviour is to inspect the product before purchase, ensure the product according to SNI, buy according to the needs, The packaging label, as well as enforcing the rights and obligations as consumers. This activity also aims to educate the housewives into careful consumer behaviour, thorough in choosing, knowing the labels contained in the product packaging, knowing the rights of consumers, and knowing how to do the complain. The methods used are pre test, direct material delivery, direct practice, question and answer, and end with post test. Intelligent consumer socialization activities are able to improve the knowledge of the housewives regarding the rights and obligations as consumers. Hope ahead with the knowledge that belongs to the whole community Tenajar village able to apply the principles of intelligent consumers in daily life.

Keywords: intelligent consumer, consumer behaviour, socialization.

## PENDAHULUAN

Dalam skala internasional, Indonesia adalah pasar potensial dengan jumlah penduduk lebih dari 210 juta penduduk. Untuk itu, penting diperhatikan bagaimana memelihara Bangsa Indonesia agar masyarakat tidak melupakan produk dalam negeri. Pendidikan konsumen cerdas penting diberikan kepada masyarakat Indonesia untuk meminimalisir ketergantungan yang kuat terhadap produk luar negeri. Sosialisasi konsumen cerdas penting dilakukan untuk menciptakan masyarakat yang berdaya dalam menjalankan perannya menjadi konsumen. Masyarakat perlu dibina dan dididik bagaimana cara memilih barang-barang konsumsinya.

Kegiatan memperoleh barang-barang konsumsi sekilas nampak biasa dan tidak dipertahitan. Akan tetapi, dalam kegiatan konsumsi sesungguhnya ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Ada komitmen- komitmen kecerdasan yang perlu diperhatikan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Mahasiswa IPB University melalui program pengabdian masyarakat, yaitu Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) 2019 melaksanakan kegiatan sosialisasi konsumen cerdas di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu.

Konsumen Cerdas merupakan komitmen perilaku konsumsi dalam memahami hak dan kewajiban yang baik sebagai konsumen (Wicaksono dan Wiwabani 2016). Konsumen perlu mengetahui bahwa mereka memiliki hak dan kewajiban yang dilindungi oleh Undang-Undang dan juga mengetahui akses ke lembaga perlindungan konsumen untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan pengetahuan ini, dalam tatanan masyarakat akan tercipta konsumen cerdas dengan kesadaran yang tinggi dalam melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya (Wening 2007).

Edukasi konsumen cerdas masuk dalam Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen (Perpres 50 Tahun 2017 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen). Edukasi konsumen cerdas dapat dilakukan melalui metode tatap muka, publikasi melalui media elektronik, media cetak dan media sosial (BKPN 2011). Fokus edukasi konsumen adalah sejalan dengan Program ASEAN Consumer Empowerment Index (ACEI) yaitu kesadaran/pengetahuan konsumen, ketegasan/perilaku konsumen, serta kemampuan dan kompetensi konsumen (Kemendag RI 2018).

Sosialisasi konsumen cerdas yang dilakukan di Desa Tenajar bertujuan untuk mensosialisasikan hak dan kewajiban konsumen, dan ke depannya diharapkan seluruh masyarakat Desa Tenajar mampu menerapkan prinsip-prinsip konsumen cerdas dalam kehidupan sehari-hari.

## METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

### Lokasi dan Waktu Kegiatan

Program sosialisasi konsumen cerdas Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 01 Juli 2019 pada pukul 16.00 WIB di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu.

### Alat dan Bahan

Media yang digunakan yaitu soal *pre test* dan *post test*, poster konsumen cerdas, produk makanan kemasan

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan diawali dengan pengenalan dan pembukaan berupa materi pengantar dan pengisian sepuluh soal *pre test* terkait materi konsumen cerdas. Kemudian, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi. Setelah itu dilanjutkan dengan *sharing* pengalaman dan tanya jawab. Kegiatan dilanjutkan dengan review seluruh materi yang telah disampaikan dan pengisian soal *post test*. Kegiatan diakhiri dengan penutupan dan foto bersama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi konsumen cerdas merupakan kegiatan yang bertujuan memberikan pengetahuan kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Tenajar mengenai perilaku konsumen yang cerdas yaitu memeriksa produk sebelum membeli, memastikan produk sesuai SNI, membeli sesuai dengan kebutuhan, memerhatikan label kemasan, serta menegakkan hak dan kewajiban sebagai konsumen. Selain itu, pendidikan konsumen cerdas diberikan kepada ibu-ibu rumah tangga supaya mereka dapat menerapkan perilaku baik sebagai konsumen yang cerdas yaitu cermat, teliti dalam memilih, mengetahui label yang terdapat di kemasan produk, mengetahui hak-hak konsumen, serta mengetahui cara melakukan complain.

Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 01 Juli 2019 pada pukul 16.00 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh sembilan belas orang ibu-ibu rumah tangga (Gambar 1). Media yang



Gambar 1 Proses Pemberian Materi Konsumen Cerdas

digunakan pada kegiatan sosialisasi ini yaitu soal *pre test* dan *post test*, poster konsumen cerdas, produk makanan kemasan, serta tanya jawab. Kegiatan diawali dengan pengenalan dan pembukaan berupa materi pengantar dan pengisian sepuluh soal *pre test* terkait materi konsumen cerdas. Kemudian, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi. Materi yang diberikan meliputi penjelasan mengenai definisi konsumen, manfaat menjadi konsumen cerdas, perbedaan kebutuhan dan keinginan, ciri-ciri konsumen cerdas, serta praktik cara membaca dan memeriksa label kemasan. Materi ini diberikan dengan dipresentasikan oleh mahasiswa Institut Pertanian Bogor menggunakan *power point*. Materi tidak hanya dipresentasikan dalam bentuk presentasi *power point*, melainkan menampilkan juga video dan juga penjelasan menggunakan poster. Setelah itu

dilanjutkan dengan *sharing* pengalaman yang pernah dialami peserta dari sisi konsumen seperti produk tidak sesuai, kualitas produk yang buruk dan sebagainya. Setelah pemberian materi, diadakan tanya jawab seputar sembilan unsur label makanan kemasan yang bertujuan untuk mengoptimalkan pemahaman para peserta. Kegiatan dilanjutkan dengan *review* seluruh materi yang telah disampaikan dan pengisian sepuluh soal *post test* yang sama dengan soal *pre test*. Kegiatan diakhiri dengan penutupan dan foto bersama.

Kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu rumah tangga Desa Tenajar dengan sangat antusias. Keberhasilan kegiatan ini nampak pada meningkatnya pengetahuan peserta mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen. Selain itu, ke depannya masyarakat Desa Tenajar dapat menerapkan prinsip-prinsip konsumen cerdas dalam kehidupan sehari-hari.

## SIMPULAN

Keberhasilan kegiatan ini nampak pada meningkatnya pengetahuan peserta mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen. Dalam jangka panjang, diharapkan peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi konsumen cerdas dapat membagikan pengetahuannya kepada masyarakat Desa Tenajar secara luas, sehingga masyarakat Desa Tenajar terbentuk menjadi konsumen yang cerdas.

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPKN] Badan Perlindungan Konsumen Nasional. 2011. Pendidikan untuk Membentuk konsumen cerdas. [Internet]. Tersedia di [www.bpkn.go.id](http://www.bpkn.go.id)
- [Kemendag] Kementerian Perdagangan. 2018. Rencana Kerja Tahun 2018 Direktorat Pemberdayaan Konsumen
- [Perpres] Peraturan Presiden. 2017. Peraturan Presiden No. 50 Tahun 2017 Tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen. Jakarta (ID): Peraturan Presiden.
- Wening S. 2007. Pembentukan karakter remaja awal melalui pendidikan nilai materialisme yang terkandung dalam pendidikan konsumen: kajian evaluasi reflektif kurikulum SMP di Yogyakarta. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*. 10 (2): 151-168.
- Wicaksono AS, Wibawani S. 2016. Pemberdayaan masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi konsumen cerdas dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. [Internet]. *Jurnal Dinamika Governance*. Tersedia di: <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jdg/article/view/1425>