

Konsumen Pangan Sehat

Pengalaman membangun gerakan konsumen
Berbasis kelompok



VECD Indonesia

Editor: Nana Suhartana



Konsursium Solo Raya



Konsumen Pangan Sehat

Pengalaman membangun gerakan konsumen berbasis kelompok

Editor: Nana Suhartana

Penulis:

Sri Wahyuningsih

Suparlan

Sofiawati

Aris Purwanto

Suswadi

Rossana Dewi

Muladiyanto

Nana Suhartana

Cetakan I, Januari 2011

Desain Cover: Nana Suhartana

Diterbitkan oleh:



Konsorsium Solo Raya bekerjasama dengan VECO Indonesia

Kata Pengantar

Pertanian berkelanjutan dikembangkan di kabupaten Boyolali sudah sejak lebih dari 20 tahun untuk menjawab tantangan akibat penggunaan pupuk dan bahan kimia lain dalam usaha tani. Pemanfaatan pupuk dan pestisida kimia banyak digunakan di kabupaten Boyolali sebagai akibat dari program intensifikasi dan ekstensifikasi pertanian yang muncul sebelum tahun 70an. Usaha pemanfaatan bahan kimia yang diwajibkan oleh pemerintah setelah dibangunnya pabrik pupuk Sriwijaya dan di tempat lainnya membuat petani tergantung pada pemakaian bahan kimia dan hilangnya kearifan lokal. Hal ini bisa kita lihat kesenjangan ilmu pertanian terapan di lapangan antara petani tua dan petani muda. Petani tua lebih mengedepankan jiwa bertani, sementara petani muda lebih fokus pada hasil.

Pada lahan beririgasi teknis, dengan ketersediaan air yang memadai, petani sudah melupakan pola tanam yang sangat berguna untuk menjaga kesuburan tanah dan keseimbangan ekosistem. Dengan bergantung pada bahan kimia yang tersedia di pasaran, petani berusaha mendapatkan keuntungan yang lebih dari hasil tanam padi. Tetapi tidak disadari bahwa kebutuhan bahan kimia setiap musim selalu bertambah dan mengakibatkan kerusakan unsur tanah yang akhirnya petani memperbanyak porsi bahan kimia masuk ke lahan mereka.



Kerusakan alam ini mengakibatkan hasil panen turun setiap tahunnya dan biaya pembelian bahan kimia (pupuk, pestisida, dll) semakin meningkat. Dengan demikian maka hasil yang diperoleh petani juga mengalami penurunan, dan tidak sesuai dengan janji pemerintah bahwa dengan melakukan program pemerintah dan pemakaian pupuk kimia akan meningkatkan hasil. Dengan penurunan kesuburan tanah, maka hasil yang diperoleh juga menurun. Petani dalam posisi yang dilematis karena hasil panen menurun dan tanah rusak akibat

pemakaian pupuk dan bahan kimia lain yang berlebihan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini akan menyulitkan pemulihan kesehatan lahan dan kehidupan petani sendiri.

Kabupaten Boyolali adalah salah satu sentra produksi beras di Jawa Tengah. Dengan ketersediaan sumber air yang melimpah, menjadikan daerah Boyolali mampu menghasilkan beras dalam volume yang besar. Tetapi sebenarnya justru sebagian besar wilayah di Boyolali merupakan lahan kering tadah hujan dimana petani apabila ingin menanam padi hanya bisa satu atau dua kali setahun.

Kita sering mendengar bahwa beras adalah komoditas politik, hal ini karena sebagian besar masyarakat di Indonesia mengkonsimasi beras sebagai makanan pokok, sehingga sulit bagi petani untuk bisa mendapatkan harga yang bagus apabila tetap menanam padi. Pemerintah memilih kebijakan yang mudah untuk memenuhi kebutuhan pangan warga negaranya. Dengan kelebihan beras yang ada, maka masyarakat yang tidak biasa mengkonsumsi beras, akhirnya dibiasakan untuk mengkonsumsinya, sehingga terjadi ketergantungan di seluruh Indonesia. Apabila stok beras tidak mencukupi, maka langkah paling mudah yang diambil pemerintah adalah dengan mengimpor beras, hal ini telah mematikan fungsi dan mekanisme pasar, dimana ketika beras tidak ada di pasaran, maka harga akan naik, dan seharusnya petani bisa mendapatkan selisih harga tersebut. Tetapi hal ini tidak berlaku bagi petani padi, karena kebijakan perberasan lebih digunakan untuk menjaga kestabilan politik di dalam negeri.

Berdasarkan data yang ada, di kabupaten Boyolali telah terjadi penurunan angka kemiskinan selama tahun 2005-2010, jumlah komulatif penduduk miskin Boyolali sebanyak 315,723 atau 32.24 % bisa turun menjadi 256,542 atau 26.12 % atau terjadi penurunan angka kemiskinan sebesar 6,12 % atau 59.181 jiwa¹. Sementara total jumlah penduduk Kabupaten Boyolali adalah 931.537 jiwa pada tahun 2010². Data tersebut berbanding balik dengan data pembagian kartu Raskin (beras miskin) di kabupaten Boyolali yang mencapai 75.014 buah pada bulan Januari 2010³. Seperti kita ketahui bahwa kartu Raskin berlaku untuk satu keluarga, sehingga apabila diandaikan satu keluarga berisi 4 anggota keluarga, maka jumlah “penerima manfaat” dari kartu Raskin sebesar 300.056 jiwa, yang berbeda dari data pemerintah yang telah berhasil menurunkan jumlah angka kemiskinan sebesar 59.181 jiwa pada tahun yang sama.



Dengan tingkat kemiskinan yang masih tinggi tersebut, maka perubahan sistem pertanian dari konvensional menjadi pertanian berkelanjutan sangat diperlukan. Hal ini sudah mulai terlihat di beberapa wilayah di kabupaten Boyolali. Kecamatan Mojosongo dan Sambi adalah dua wilayah yang saat ini menjadi daerah pertanian organik dengan luasan lahan sekitar 800 hektar dari 42 ribu hektar sawah yang ada di Boyolali⁴. Pengembangan pertanian berkelanjutan pada akhirnya

¹ http://www.jatengprov.go.id/?mid=wartadaera&listStyle=list&page=4&category=4198&document_srl=8712 (diambil 27 Oktober 2010)

² www.bps.go.id/hasilSP2010/jateng/3309.pdf (diambil 27 Oktober 2010)

³ <http://www.antarajateng.com/detail/index.php?id=24210> (diambil 27 Oktober 2010)

⁴ <http://www.tempointeraktif.com/hg/jogja/2010/10/19/brk,20101019-285731.id.html> (diambil 27 Oktober 2010)

diharapkan bisa mendapatkan produk pangan yang sehat dan apabila memungkinkan bisa mendapatkan produk pangan organik.

Pertanian organik akan menghasilkan suatu produk organik, dari sini muncul tantangan baru bagaimana memasarkan produk pertanian organik. Dalam ilmu pemasaran, apabila tersedia produk yang sama dengan kualitas yang berbeda, maka dengan sendirinya akan memiliki nilai jual yang berbeda. Suatu kualitas barang menentukan harga jual dari barang tersebut. Hal ini juga berlaku untuk produk organik. Untuk itulah perlu dicari pasar yang berbeda dari pasar yang sudah ada supaya bisa mendapatkan harga yang lebih baik.

Program penyadaran konsumen yang dilakukan sebuah konsorsium (Konsorsium Solo Raya) yang terdiri dari Jaker PO, Gita Pertiwi dan LSK Bina Bakat bekerjasama dengan VECO Indonesia. Program ini diawali pada akhir tahun 1998 dengan melakukan studi awal tentang penyadaran konsumen bersama Jaker PO dan kemudian dilanjutkan dengan membentuk sebuah konsorsium yang bekerja di wilayah Solo dan Boyolali. Di tempat yang berbeda, di Denpasar juga dibangun sebuah konsorsium penyadaran konsumen yang terdiri dari PPLH Bali, BOA dan IDEP. Sementara di Jakarta, SBIB melakukan kampanye pangan sehat dengan model pendekatan pangan sehat sebagai gaya hidup. Semua ini bermuara pada sebuah tema besar tentang "*healthy food, healthy living*" (pangan sehat, hidup sehat). Tujuan dari konsorsium ini secara umum adalah untuk memberikan proses penyadaran kepada konsumen terhadap pangan yang sehat, sementara untuk cara dan target group dari program ini tergantung dari area masing-masing. Diharapkan upaya penyadaran konsumen ini memberikan manfaat bagi kesejahteraan petani yang telah memproduksi pangan sehat.

Konsorsium Solo Raya (KSR) saat ini bekerjasama dengan kelompok ibu-ibu, hal ini berdasar pada hasil survey Jaker PO tahun 1998 di 8 kota di Jawa, Bali dan NTB⁵ ditemukan bahwa di dalam skala rumah tangga, ibu adalah penentu utama dari menu makanan yang akan disajikan di dalam keluarga. Setelah itu baru disusul oleh anak (masih kecil), bapak dan selanjutnya anak (remaja). Dari hasil penelitian tersebut, maka KSR pada tahap awal dalam pengorganisasian konsumen pangan sehat berfokus kepada ibu-ibu.

Buku ini menceritakan pengalaman pengorganisasian KSR selama dua tahun yang dimulai dengan usaha awal pengorganisasian sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Dari pengalaman pengorganisasian ini, kami menemukan banyak hal baru dalam model pengorganisasian. Sebelumnya kami banyak melakukan pengorganisasian kepada petani sebagai produsen. Dengan demikian pola pikir kami sudah tertanam bagaimana bisa membela petani, dengan berbagai cara dan pendekatan, apa yang kami lakukan adalah untuk membela petani.

⁵ Antonius Waspotrianto dan teman, "Melayani pemasaran produk organik, antara permintaan dan keberlanjutan alam" Jaker PO – VECO Indonesia, 1998

Sementara itu, dalam pengorganisasian konsumen, kami harus merubah semua pola pemikiran yang sebelumnya membela petani, sekarang juga untuk membela konsumen. Pada awalnya banyak kesulitan pada diri kami, secara spontan, ketika dihadapkan dengan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, yang pertama muncul adalah bagaimana membela petani. Misalnya untuk produk yang kualitasnya turun, maka tanpa sengaja, kami langsung melakukan semacam “*defence*” untuk melindungi petani. Tindakan semacam ini adalah salah dan membutuhkan proses untuk bisa merubah “*mindset*” keberpihakan. Bukan berarti dengan membela konsumen kita akan menyerang produsen, tetapi dengan bekal pengetahuan yang kita miliki, kita bisa menjembatani permasalahan yang dihadapi konsumen dan menjelaskan proses yang terjadi di pertanian sehingga terjadi alih pengetahuan dari produsen ke konsumen.

Selain kegiatan-kegiatan yang dilakukan KSR, buku ini lebih mengedepankan hasil yang kami lakukan yang disampaikan oleh konsumen. Proses kegiatan yang dilakukan selama dua tahun ini perlu didokumentasikan, supaya kita bisa belajar lebih jauh dengan inovasi yang lebih baik dibandingkan dengan apa yang kami lakukan.

Konsumen mendapat porsi yang lebih untuk menyampaikan apa yang mereka rasakan, karena konsumenlah yang merasakan secara langsung apa yang sedang dan sudah kami lakukan. Dengan demikian, beberapa “*best practices*” kami sampaikan dalam buku ini, supaya bisa menjadi pelajaran ke depan dan memperbaiki apa yang sudah kami lakukan.

Kiranya para pembaca bisa memberikan masukan, atau mengadopsi apa yang telah kami lakukan dengan inovasi kegiatan yang lebih menarik, sehingga akan memperkaya proses penyadaran konsumen pangan sehat di Indonesia.

Arah ke depan dari program penyadaran konsumen adalah supaya di Indonesia bisa muncul sebuah gerakan konsumen pangan sehat yang kuat, dimana konsumen sendirilah yang akan mengorganisir diri dan mampu berperan dalam mensosialisasikan pangan sehat, mempengaruhi kebijakan yang dilakukan oleh petani, perusahaan dan pemerintah untuk bisa menyediakan pangan yang sehat bagi masyarakat di Indonesia.

Salam hormat,
Nana Suhartana

Daftar Isi

	Hal
Kata Pengantar	i
DAFTAR ISI	vii
BAB I GERAKAN KONSUMEN PANGAN SEHAT	1
BAB II MEMBANGUN GERAKAN KONSUMEN PANGAN SEHAT BERBASIS KELOMPOK	10
2.1. Kursorium Solo Raya	10
2.1.1. Kegiatan KSR	11
2.2.2. Hubungan dengan produsen	14
2.2.3. Capaian	15
3. Pengorganisasian Kelompok Konsumen	17
3.1. Pengorganisasian Kelompok PKK	19
3.2. Pengorganisasian kelompok Paguyuban	20
3.3. Pengorganisasian Kelompok Kegiatan Keagamaan	21
4. Sosialisasi Pangan Sehat di Sekolah	22
4.1. Sosialisasi Pangan Sehat	24
4.2. FGD Mendorong pemenuhan pangan sehat pada anak sekolah	24
5. Model Pembelajaran “In class”	25
6. Model Pembelajaran “Out class”	29
7. Outlet dan Stokis	32
7.1. Stokis	33
7.2. Produsen Pangan Sehat	35
7.3. Konsumen Pangan Sehat	35
7.4. Mekanisme Kerjasama antara Produsen dan Konsumen	35
8. Pengembangan Kader dalam kegiatan penyadaran konsumen	36
8.1. Aspek penting yang perlu diperhatikan ketika membentuk kelompok	37
8.2. Proses pengorganisasian	38
8.3. Proses Belajar Kader Organisasi	40
9. Pengembangan media kampanye, informasi dan edukasi	43
9.1. Modul Penyadaran Konsumen	44
9.2. Newsletter	45
9.3. Flyer	45
9.4. Spanduk stokis	45
9.5. Blog dan Website pangan sehat	46
BAB III TESTIMONI	47
BAB IV PENUTUP	63
DAFTAR PUSTAKA	64

BAB I

GERAKAN KONSUMEN PANGAN SEHAT

Oleh: Rossana Dewi & Sofiwati

Masyarakat senantiasa cemas oleh pemberitaan mengenai makanan dan minuman yang beredar terutama yang dikonsumsi oleh anak-anak. Makanan jajanan yang biasa dikonsumsi anak-anak terutama ketika di sekolah seringkali mengandung bahan yang berbahaya bagi kesehatan. Makanan jajanan telah menjadi ritual keseharian anak. Hampir jarang saat ini anak-anak tidak membeli makanan jajanan. Hal ini juga diperparah banyak orang tua mendukung kebiasaan ini dengan terus memberi uang jajan ketika anak pergi ke sekolah daripada menyediakan kudapan dari rumah yang lebih sehat.



Anak-anak yang sedang masa tumbuh kembang seharusnya mendapatkan makanan yang memiliki kualitas gizi yang tinggi sehingga mampu menunjang pertumbuhan fisik dan mental mereka. Kebutuhan gizi ini bukan sekedar berasal dari keberagaman sumber pangan tapi juga cara mengolah. Makanan anak-anak dalam 5 tahun terakhir mengalami pergeseran yang luar biasa. Anak-anak sekarang cenderung mengkonsumsi makanan instan yang rendah gizi tapi tinggi kalorinya sehingga anak cepat gemuk tapi tidak sehat. Kecenderungan anak mengkonsumsi makanan jajanan selain karena banyaknya pedagang yang berada dalam lingkungan anak-anak juga ditunjang gencarnya iklan di media massa. Iklan anak-anak di TV saat ini sangat ampuh mempengaruhi pola konsumsi anak-anak. Anak-anak terbiasa mengkonsumsi pangan jajanan dibandingkan pangan olahan segar sehat. Berdasarkan survey yang pernah dilakukan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) lebih dari 60 persen jajanan anak tidak memenuhi syarat keamanan dan mutu pangan yang baik. Jenis jajanan itu antara lain aneka produk permen, sirup, dan makanan ringan (snack).

Kondisi seperti ini seringkali menempatkan kesalahan pada pedagang jajanan anak yang berada di lingkungan sekolah dan rumah, walau sebenarnya pedagang jajanan anak memutar roda ekonomi masyarakat kecil, karena cukup potensial nilai ekonominya. Selain itu banyak jajanan dibuat oleh sektor informal berskala kecil atau industri rumahan, serta memberikan lapangan pekerjaan bagi banyak orang. Namun sangat disayangkan, saat ini banyak pedagang dan produsen jajanan yang tidak memperhatikan keamanan produknya demi meraup keuntungan yang lebih besar. Sebagai contoh, saat ini banyak jajanan yang mengandung bahan-bahan berbahaya seperti pewarna tekstil rodamin, pengawet boraks, formalin, atau melamin termasuk juga pemanis buatan siklamat dan sakarin atau bahan pengawet yang melebihi ambang batas keamanan pangan. Sebagai akibatnya kasus keracunan pada anak akibat mengkonsumsi jajanan pun terus terjadi. Dampak dari pemakaian bahan berbahaya dalam jajanan dapat mengancam kesehatan anak kalau dikonsumsi dalam jangka waktu lama atau



berlebihan. Gangguan kesehatan yang sering muncul antara lain adalah nyeri perut, mual-muntah, nyeri kepala, gangguan sistem syaraf, gangguan sirkulasi jantung/darah, kejang, sulit buang air kecil, muntah darah, kerusakan ginjal, kanker, bahkan kematian.

Makanan tidak sehat tidak hanya mengancam anak-anak saja, masyarakat dewasa juga terancam kondisinya. Adanya kecenderungan makanan instan dan alasan gaya hidup, orang cenderung mengabaikan kesehatannya. Hal ini juga diperparah dengan cara produksi pangan saat ini yang cenderung menggunakan bahan kimia tinggi (pestisida dan pupuk kimia) serta produk rekayasa genetika (GMO). Polusi dan kerusakan lingkungan turut memperparah derajat kesehatan masyarakat. Sehingga tidak mengherankan apabila akhir-akhir ini muncul banyak penyakit. Data Kejadian Luar Biasa (KLB) keracunan pangan Badan POM RI dari tahun 2001-2009 menunjukkan bahwa rata-rata prosentase penyebab KLB keracunan pangan adalah akibat cemaran mikroba sebesar 23,41 % dan jenis pangan penyebab keracunan terbanyak adalah masakan rumah tangga dengan rata-rata persentase sebesar 38,69%⁶.

Biasanya makanan menjadi berbahaya jika mengandung zat yang berbahaya atau tidak sesuai dengan kadar yang ditentukan. Bahan tambahan makanan yang berbahaya dan masih sering digunakan antara lain (1) *Boraks* (dikenal dengan *Bleng*⁷) yang biasa digunakan sebagai bahan solder, pembersih, pengawet kayu, antiseptik kayu, pengontrol kecoa. Contoh makanan berboraks antara lain mie basah, bakso, lontong dan kerupuk. (2). *Methanil Yellow* adalah zat warna sintesis kuning kecoklatan dan digunakan untuk pewarna tekstil dan cat. Contoh makanan yang menggunakan zat ini adalah kerupuk bawang, ice cone dll. (3). *Rhodamin B* adalah pewarna pada industri tekstil dan kertas, berbentuk serbuk kristal merah keunguan dan sering ditemukan pada kerupuk bawang, kerupuk padang, ice cone berwarna merah, saos, gulali dll. (4). *Formalin* adalah pengawet mayat dan bahan pembunuh hama. Sering digunakan mie basah, tahu, bakso, ikan segar, ayam, ikan asin. Selain produk tersebut, belakangan yang rame adalah produk mi instan yang populer disegala kalangan masyarakat yang ditengarai mengandung dua bahan pengawet yang terlarang, yaitu *methyl p-hydroxybenzoate*⁸ dan *benzoic acid*. Di negara Taiwan hal ini dilarang dikonsumsi manusia karena jelas pemakaiannya dalam jangka panjang dapat memicu kanker. Tapi di Indonesia, maraknya berbagai bahan berbahaya dalam makanan belum mendorong kesadaran konsumen akan bahaya jangka panjang yang ditimbulkannya. Bahkan pemerintah sendiri belum banyak melakukan tindakan tegas terutama keberadaan bahan-bahan tersebut di pasaran.

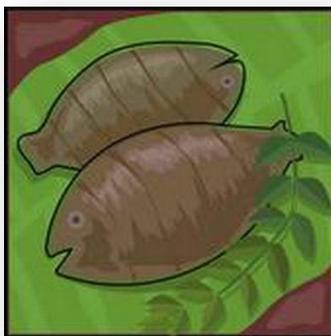
⁶ Info Badan POM, edisi Mei-Juni 2010

⁷ *Bleng* adalah bentuk tidak murni dari boraks, sementara asam borat murni buatan industri farmasi lebih dikenal dengan nama boraks. Dalam dunia industri, boraks menjadi bahan solder, bahan pembersih, pengawet kayu, antiseptik kayu, dan pengontrol kecoa. *Bleng/boraks* adalah sebagai pengental, bahan penggantinya adalah Air merang dan STPP (Sodium Tri-polyphosphate) dengan konsentrasi sama diketahui tidak mempengaruhi tanggapan organoleptik (kesan fisik dan rasa) dari kerupuk beras

⁸ Badan Pengawas Makanan dan Obat Amerika Serikat atau Food and Drug Administration (FDA), *nipagin* merupakan zat tambahan untuk mencegah jamur dan ragi. *Methyl p-hydroxybenzoate* adalah salah satu dari jenis parabens atau pengawet yang banyak digunakan untuk kosmetik dan obat. (<http://health.kompas.com/read/2010/10/12/0928286/Mengenal.Pengawet.Nipagin>)

Berangkat dari realitas ini, maka sudah saatnya mendorong adanya kesadaran pangan sehat di semua level. Konsumen rumah tangga, pelaku usaha, pedagang juga pemerintah dalam membuat kebijakan. Kesadaran ini bukan saja mengantisipasi berulangnya kasus-kasus keracunan makanan, juga mengantisipasi dampak jangka panjang terhadap kesehatan manusia Indonesia. Makanan yang tidak sehat seringkali tidak menimbulkan gejala langsung, namun dalam jangka panjang menjadi pemicu berbagai macam penyakit yang serius.

Di berbagai belahan dunia, gerakan kesadaran konsumen telah muncul pada tahun 60an. Gerakan konsumen yang paling gencar dilakukan adalah akibat penggunaan bahan kimia terutama pestisida yang dipakai dalam pertanian dan industri. Gerakan ini bermula dari beralihnya penggunaan pestisida DDT dari racun pembunuh nyamuk malaria ke dalam pertanian sejak tahun 1950 an. Kondisi ini kemudian mendorong tumbuhnya industri pestisida yang digunakan dalam pertanian dan produk makanan olahan. Disisi lain kekhawatiran pada lingkungan dan pangan yang tidak sehat menumbuhkan berbagai kritik di belahan dunia. Banyak buku yang cukup populer lahir karena kondisi ini. Buku *Silent Spring "our stolen future"*nya Rachel Carson membuka mata banyak orang tentang penyakit ditubuh manusia akibat berbagai bahan kimia yang mencemari lingkungan. Pada tahun 1881-1914, orang mulai membicarakan perlunya perlindungan konsumen setelah terbitnya novel dari pengarang Upton Sinclair dengan judul *"The Jungle"*⁹. Buku ini merupakan kisah nyata yang menceritakan tentang seluk beluk serta cara pengolahan produk daging di AS yang ditemukan banyak yang tidak memenuhi standard kesehatan. Dari sini orang baru menyadari, bahwa apa yang mereka konsumsi tidak sejalan dengan apa yang mereka bayangkan. Tahun 1920-1940, terbit lagi buku berjudul *"Your Money Worth"* karya Chase dan Schlink¹⁰ yang menceritakan bahwa sesungguhnya seseorang yang membelanjakan uangnya mempunyai hak dalam urusan jual-beli komoditi, karenanya setiap orang perlu memperhatikan secara cermat atas produk barang dan jasa yang ditawarkan sebelum melakukan transaksi pembelian. Disini muncul slogan yang terkenal di AS yaitu "fair deal, best buy".



Pada tahun 1950-1960, mulai timbul kesadaran baru diantara para pegiat konsumen dari AS, Inggris, Belanda, Australia dan Belgia yang kemudian mereka bersepakat untuk mendirikan IOCU¹¹ (*International Organization of Consumers Union*). Organisasi ini lahir pada tanggal 1 Juni 1960, dan pada kiprahnya organisasi ini diakui keberadaannya oleh badan-badan dibawah naungan PBB (WHO, FAO, dll) sehingga pada 16 April 1985 Majelis Umum PBB mengeluarkan resolusi tentang perlindungan & hak konsumen (*UN Guidelines for Consumer Protection*¹²). Tahun 1965-1970 dimulailah perkembangan gerakan konsumen internasional, yang ditandai dengan munculnya banyak organisasi konsumen di

⁹ Upton Sinclair, "The Jungle", Upton Sinclair, 1920

¹⁰ Chase dan Schlink, "Your Money Worth", 1st Edition, New York, The Macmillan Company, 1927

¹¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Consumers_International

¹² www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf

banyak negara berkembang.

Pada tahun 1970-1980-an, muncul gerakan lingkungan dan partai hijau melawan aneka produsen dan perusahaan yang merusak lingkungan, dan membuat produk dengan sewenang-wenang. Maka timbullah istilah produk ramah lingkungan. Beberapa perusahaan, seperti *The Body Shop*, dikenal aktif dan progresif mempromosikan produk hijau. Selanjutnya tahun 1990-an muncul gerakan baru yang mengancam produsen yang tidak berdagang dengan benar. Gerakan ini pernah mengancam beberapa produsen yang melakukan diskriminasi harga atau mempekerjakan buruh di bawah umur. Beberapa produsen kini mencantumkan pernyataan di label mereka, bahwa mereka telah mengambil sikap politik dengan benar. Hal ini sebagai sekedar contoh betapa gerakan konsumen mempunyai posisi tawar yang diperhitungkan. Sedangkan tahun 1965 sekelompok ibu-ibu rumah tangga di Jepang membentuk sebuah kelompok yang dinamakan *Seikatsu Club*. Kelompok ini berdiri dilatar belakang oleh penurunan kualitas pangan sementara harga dari pangan tersebut terus merangkak naik. Gerakan ini dimulai dengan pembelian 300 botol susu yang didapat langsung dari petani, tentunya dengan kesepakatan harga dan kualitas tertentu. Keuntungan dari penerapan sistem semacam ini, baik produsen maupun konsumen mendapat keuntungan. Produsen mendapat keuntungan karena memperoleh jaminan pasar, sedangkan konsumen mendapat kepastian kualitas produk dan harga yang relatif terjangkau. Dalam hal ini produsen tidak bisa memainkan harga dan kualitas seenaknya sendiri, karena begitu konsumen dirugikan mereka langsung memutus kontrak pemesanan produk tersebut. Tahun 1995 organisasi yang pada awalnya hanya beranggotakan ibu-ibu rumah tangga telah memiliki anggota mencapai 200 ribu keluarga. Produk yang dijualpun bervariasi, mencapai 400 produk dan memasok 60% kebutuhan pangan untuk konsumen anggotanya. Selain peningkatan kuantitas dalam hal jumlah anggota dan produk yang dijual, peningkatan juga terjadi pada kualitas kesadaran anggota organisasi. Kesadaran ini tidak hanya menyangkut hak-hak konsumen semata, tapi juga dukungan terhadap masa depan para produsen (khususnya petani) terkait juga kesepakatan harga yang adil untuk kedua belah pihak. Jadi dalam hal ini antara produsen dan konsumen berupaya untuk menciptakan perdagangan yang adil dan setara berdasarkan prinsip kepercayaan dan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

Kesadaran hukum dalam masyarakat di negara berkembang sangat kurang. Kebanyakan konsumen tidak membawa masalah mereka ke pengadilan, tetapi ke lembaga-lembaga penyelesaian konflik diluar itu, antara lain karena mereka tidak mempunyai keberanian atas hak-hak yang dimilikinya sendiri. Di Indonesia, asas kesadaran hukum perlu benar-benar diimplementasikan. Kesadaran hukum dalam rangka perlindungan konsumen harus dipunyai dan diterapkan antara lain oleh konsumen, pengusaha; dan pengambil keputusan. Membangun kesadaran konsumen untuk berjuang ke arah sana bisa dimulai dari semangat persatuan dan kesadaran berjuang dari para pahlawan di masa lalu. Jika rakyat bersatu, maka akan menghasilkan kekuatan. Persatuan ini akan membuat rakyat Indonesia menjadi kuat dan berdaulat. Persatuan ini akan mengalahkan kewenangan dan berikhtiar akan tercapainya pemberdayaan konsumen. Konsumen pun harus memiliki sikap, antara lain, memiliki rasa setia kawan, berani bertindak, memiliki kepedulian sosial dan lingkungan, serta bersikap kritis.

Sedangkan perlindungan konsumen di Indonesia ditandai dengan lahirnya sebuah organisasi yang dimotori oleh kaum ibu yang dinamakan YLKI. Organisasi yang lahir di Jakarta pada 1973 saat pemerintah sedang gencar-gencarnya mempromosikan hasil-hasil produksi dalam negeri. Alasan yang mendasari berdirinya YLKI pada saat itu adalah melindungi konsumen pengguna produk dalam negeri, jika kualitas yang didapatnya buruk. Gerakan konsumen semakin berkembang manakala pada tahun 1999 lahirlah UU Perlindungan Konsumen No 8, yang kemudian diikuti PP yang mengatur tentang LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) serta BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) maupun BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Diperkirakan saat ini telah ada sekitar 200an organisasi yang bergerak melindungi konsumen, namun yang benar-benar aktif tidak lebih dari 20an organisasi .

Pangan sehat yang aman, bermutu, bergizi, beragam & tersedia secara cukup merupakan prasyarat utama yang harus dipenuhi dalam upaya terselenggaranya sistem pangan yang memberikan perlindungan bagi kepentingan kesehatan masyarakat. Sistem pangan yang baik akan berperan dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Namun pada kenyataannya di Indonesia ancaman makanan yang tidak layak makan masih cukup tinggi. Keamanan pangan bisa diartikan kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan



dari kemungkinan pencemaran biologis, kimia dan benda lain yang dapat mengganggu, dan membahayakan kesehatan manusia. Dalam UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan telah mengatur tentang keamanan pangan, mutu dan gizi pangan, label dan iklan pangan, tanggung jawab industri pangan, peran serta masyarakat, pengawasan dan ketentuan pidana. Pada pasal 22 UU ini, pemerintah bertugas menetapkan bahan yang dilarang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan serta ambang batas maksimal cemaran yang diperbolehkan. Selain itu juga mengatur dan atau menetapkan persyaratan bagi penggunaan cara, metode, dan atau bahan tertentu dalam kegiatan atau proses produksi, pengolahan, penyimpanan, pengangkutan, dan atau peredaran pangan yang dapat memiliki risiko yang merugikan dan atau membahayakan kesehatan manusia. Namun demikian menurut PP No. 28 /2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah, industri pangan dan konsumen. Walaupun pemerintah bertanggungjawab pada sistem pengawasan pangan dan edukasi pada industri dan konsumen, namun selayaknya konsumen harus berperan dalam melindungi dirinya sendiri dari pangan yang tidak aman. Oleh karena itu konsumen seharusnya memiliki informasi dan pengetahuan yang cukup mengenai pangan sehat. Pengetahuan ini terutama tentang praktek higiene dari mulai produksi, mengolah, menyajikan dan menyimpannya.

Saat ini semua pihak dituntut untuk mengambil peran dalam menyediakan informasi dan pengadaan pangan sehat. Kerjasama antara pemerintah, industri serta konsumen sangat

diharapkan. Rendahnya pengetahuan konsumen tentang pangan sehat perlu mendapatkan perhatian banyak pihak, karena masih lemahnya posisi konsumen. Selain itu banyak konsumen tidak paham akan hak-haknya dan terbatas secara ekonominya. Informasi dan pengetahuan tentang pangan sehat seharusnya akan menggugah dan memotivasi masyarakat memperbaiki perilakunya. Kurangnya pengetahuan mengenai pengolahan pangan yang baik menyebabkan konsumen terbiasa mengolah pangan dengan cara yang kurang tepat sehingga pangan yang dihasilkannya tidak maksimal. Peran aktif konsumen dalam penentuan pangan minimal akan menyelamatkan diri dan keluarganya.

Berdasarkan UUPK No 8/1999, seorang konsumen diakui keberadaan hak-haknya, meliputi

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa
2. Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan atau jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi dan jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Namun demikian konsumen juga mempunyai beberapa kewajiban sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan,
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa,
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati,
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hal utama dalam gerakan konsumen secara umum adalah bagaimana menumbuhkan kesadaran kritis konsumen (*critical consciousness*) yaitu dapat menganalisa struktur yang menyebabkan masalah tersebut terjadi. Kesadaran kritis itu bukan hanya pada aspek pemenuhan hak-hak konsumen, namun juga mengarah pada proses pengambilan keputusan yang terkait dengan kepentingan konsumen dan publik yang harus dapat dipertanggungjawabkan secara terbuka. Gerakan konsumen sebagai sumber kekuatan mempunyai peran yang sangat strategis dalam menentukan barang atau jasa mana yang dikonsumsi dengan alasan-alasan yang logis. Tetapi yang patut disayangkan adalah situasi di Indonesia, karena kesadaran konsumen masih lemah. Untuk itu upaya-upaya perlindungan konsumen sesuai UUPK No.8/1999 harus terus dilakukan. Upaya ini dimaksudkan untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen (setiap

orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan).

Adapun tujuan dari perlindungan konsumen ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/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 bertanggung jawab dalam berusaha.

Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen tidak terbatas pada rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya. Pada kalangan pelaku usaha juga muncul persepsi yang keliru bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap pelaku usaha. Hal inilah yang menjadi tantangan semua pihak untuk melakukan perubahan yaitu menanamkan suatu landasan pengertian secara komprehensif terhadap pentingnya upaya perlindungan konsumen yang bukan saja akan “menguntungkan” bagi pihak konsumen semata, melainkan juga bagi pihak pelaku usaha, serta pemerintah.

Tidak ada perubahan yang datang dari langit begitu saja, semua itu ada proses, Begitu pula, kehidupan sosial manusia bukan saja mengalami perkembangan dan perubahan, namun juga berangsur-angsur semakin cepat dan kuat. Diperlukan perjuangan agar posisi tawar konsumen akan menjadi lebih tinggi. Posisi tawar tersebut bukan hanya untuk advokasi ke pemerintah, tetapi juga dapat mendorong pelaku usaha, misalnya agar menghasilkan produk yang aman bagi kesehatan. Sehingga perlu dirintis dengan semangat idealis yang terorganisir yang dibangun oleh kelompok-kelompok konsumen yang spesifik, seperti halnya konsumen pangan, khusus mengkritisi permasalahan pangan dengan segala aspek yang berkaitan dengannya.

Landasan filosofis dari kebutuhan untuk membangun organisasi adalah membangun kepentingan secara bersama-sama pada seluruh masyarakat konsumen, determinasi-nya masyarakat konsumen sendiri yang seharusnya berdaya dan menjadi penentu dalam melakukan perubahan sosial. Perubahan sosial yang dimaksud adalah perubahan yang mendasar dari kondisi ekonomi, sosial, politik dan kebudayaan. Dalam konteks masyarakat konsumen, perubahan sosial juga menyangkut multidimensional. Dalam dimensi ekonomi seringkali ‘dimimpikan’ terbentuknya kesejahteraan pelayanan dan keadilan sosial bagi seluruh masyarakat konsumen. Dalam segi politik selalu diinginkan keleluasaan dan kebebasan bagi masyarakat konsumen untuk berpartisipasi, berkompetisi serta diakui hak-hak-nya. Sedangkan dalam sisi budaya, dirasakan ada keinginan untuk mengekspresikan kearifan yang etis. Landasan filosofis pengorganisasian

lainnya adalah melakukan adalah pemberdayaan. Karena pada dasarnya masyarakat konsumen sendiri yang seharusnya berdaya dan menjadi penentu dalam melakukan perubahan sosial. Pengorganisasian masyarakat konsumen bertujuan agar masyarakat menjadi penggagas, pemrakarsa, pendiri, penggerak utama sekaligus penentu dan pengendali kegiatan-kegiatan perubahan sosial yang ada dalam organisasi masyarakat konsumen.

Di era kebebasan informasi saat ini, konsumen mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan. Namun demikian, banyak konsumen tidak menggunakan haknya karena terbatasnya pengetahuan. Konsumen yang mempunyai kemampuan ekonomi cukup, semakin mudah untuk membuat pilihan atas berbagai produk dan jasa termasuk pangan yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen antara lain adalah kebutuhan, persepsi terhadap informasi serta gaya hidup. Namun diluar hal ini, faktor kemampuan ekonomi juga sangat mempengaruhi pilihan pangan yang dikonsumsi. Lingkungan terdekat juga mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku konsumen. Dalam hal pangan, banyak ahli membuktikan bahwa pola makan keluarga sangat tergantung bagaimana orang tua menyediakan makan buat anaknya. Pola makan anak meniru apa yang dikonsumsi orang tuanya. Orang tua yang sadar akan pangan sehat, menyediakan menu bergizi serta seimbang akan beragam buat anaknya. Orang tua yang selektif pada makanan atau malahan sebaliknya, akan menurun polanya pada anak.

Perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan tidak lepas dari budaya atau norma kemasyarakatan disebuah daerah. Pertemuan kelompok (dari kelompok arisan, relasi kerja, kelompok profesi, dll) memberikan pengaruh dan gaya hidup yang signifikan terhadap pola konsumsinya. Informasi yang senantiasa dibahas atau diperbincangkan dalam kelompok seringkali menjadi panduan pola konsumsi. Kelompok atau kalangan tertentu juga seringkali mempengaruhi pola konsumsi. Pola makan keluarga kelompok atas seringkali menjadi panutan ataupun banyak ditiru kelompok masyarakat lainnya.



Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat, maka tuntutan konsumen terhadap bahan pangan juga kian bergeser. Bahan pangan yang kini mulai banyak diminati konsumen bukan saja yang mempunyai komposisi gizi yang baik serta penampakan dan citarasa yang menarik, tetapi juga harus memiliki fungsi fisiologis tertentu bagi tubuh. Konsumen mempunyai kekuatan yang penting menentukan arah kesehatan dirinya dan lingkungan. Gerakan konsumen harus dilengkapi menjadi gerakan sosial dalam penyelamatan lingkungan. Semakin sadar konsumen pangan sehat, akan semakin banyak upaya penyelamatan lingkungan. Karena pangan yang sehat dihasilkan dari upaya-upaya penyelamatan lingkungan serta nilai-nilai keadilan sosial.

Konsorsium Solo Raya sebagai lembaga jaringan untuk isu pangan sehat berupaya untuk membangun gerakan konsumen pangan sehat ini dimulai dari basis komunitas baik melalui

kelompok konsumen yang sudah terbentuk sebelumnya maupun kelompok khusus yang dibentuk untuk kegiatan penyadaran konsumen. Kegiatan penyadaran konsumen yang dilakukan dimaksudkan untuk:

1. Menumbuhkan gerakan konsumen pangan sehat sebagai salah satu upaya untuk memandirikan konsumen dalam memilih, menyeleksi dan membuat keputusan yang terkait dengan konsumsi pangan sehat
2. Konsumen pangan sehat sengaja dibangun juga untuk memberikan alternatif pola pangan yang lebih baik dan adil terhadap lingkungan dan sosial. Hal ini karena pangan sehat memang diproduksi dengan nilai-nilai yang ramah pada lingkungan, arif secara sosial serta menghargai keberadaan petani yang kaya akan ilmu pengetahuan
3. Gerakan ini tidak sekedar mendorong dan menciptakan gerakan lingkungan yang lebih luas, tapi juga meningkatkan kualitas pangan manusia, yang saat ini cenderung bergeser karena alasan ekonomi semata.

Gambaran singkat perkembangan gerakan konsumen di dunia dengan berbagai permasalahan yang ada bisa menjadi sebuah cerita yang panjang dan sampai saat ini belum selesai. Gerakan konsumen masih belum kuat dan perlu kerjasama semua pihak untuk membangun gerakan konsumen yang bisa membantu konsumen dan para produsen pangan sehat, terutama petani di Indonesia.

BAB II

MEMBANGUN GERAKAN KONSUMEN PANGAN SEHAT BERBASIS KELOMPOK

2.1. Konsorsium Solo Raya

Oleh: Nana Suhartana & Suswadi

Konsorsium Solo Raya (KSR) adalah wadah berkumpulnya 3 lembaga swadaya masyarakat di Solo untuk membangun gerakan konsumen di Solo dan Boyolali. Konsorsium ini terbentuk tahun 2009 dengan dukungan dari VECO Indonesia. Kegiatan utama dari konsorsium adalah untuk melakukan penyadaran konsumen, terutama untuk bisa mengkonsumsi pangan yang sehat. Ketiga lembaga ini adalah Jaker PO (Jaringan Kerja Pertanian organik Indonesia), Gita Pertiwi dan LSK Bina Bakat. Ketiga lembaga ini sudah cukup lama bekerja dalam program pengembangan pertanian yang berkelanjutan. Model pertanian ini adalah untuk menselaraskan usaha pertanian dengan alam sekitar dengan meminimalkan input dari luar (LEISA – low external input sustainable agriculture) dan kemudian mengembangkan ke model pertanian organik.

Pengalaman bekerjasama dengan kelompok tani membuat upaya membangun penyadaran konsumen menjadi lebih mudah. Dalam pendekatan kepada konsumen, produk sehat dari petani menjadi media belajar sekaligus bukti produk yang bisa ditawarkan kepada konsumen.

Kita menyadari bahwa saat ini masyarakat sudah berkembang dan memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi untuk hidup lebih sehat. Hal ini juga didukung dengan munculnya trend gaya hidup sehat yang banyak ditampilkan oleh berbagai media, yang memacu masyarakat untuk bisa hidup lebih sehat. Kesadaran inilah yang membuat masyarakat mencari-cari produk sehat di berbagai tempat. Disisi lain, konsumen sering kali bingung bagaimana cara mendapatkan produk pangan yang sehat.

Konsumen sering mendengar tentang produk organik, tetapi dimana dan bagaimana mendapatkan produk tersebut, menjadi kesulitan utama. Kalaupun ada, biasanya produk organik “hanya” ditemukan di *super market*, padahal, sebenarnya apabila konsumen lebih paham tentang pertanian, maka mereka bisa memilih dan memilah dari pasar tradisional juga. Perbedaannya adalah produk di *supermarket* sudah berlabel, sementara produk di pasar



tradisional belum berlabel. Untuk itu konsumen membutuhkan pengetahuan tentang pertanian yang sehat, supaya bisa menjadi konsumen yang mandiri.

KSR memiliki tujuan untuk menciptakan kesadaran konsumen yang lebih kritis untuk mensikapi produk pangan yang beredar di pasaran, dengan begitu konsumen akan lebih mudah untuk mengembangkan gaya hidup yang sehat yang akan berdampak bagi keluarga konsumen dan juga kepada keluarga petani. Hal ini dilakukan dengan membangun kelompok konsumen di kabupaten Boyolali dan kota Solo (Surakarta). Pendekatan yang dilakukan adalah dengan memasuki kelompok yang sudah ada, misalnya PKK, kelompok Yasinan, dan kelompok perkumpulan lainnya. Pada awal tahun 2009, karena masih awal dalam program penyadaran konsumen, KSR juga melakukan kegiatan sosialisasi di Sekolah dasar dan Taman Kanak-kanak, hal ini terutama ditujukan bagi sekolah dan orang tua murid, supaya mereka bisa menyadari bahwa anak-anak membutuhkan produk pangan yang sehat, karena saat ini banyak jajanan anak yang tidak sehat. Selain itu, juga diusahakan mengadakan diskusi lebih intensif (FGD – *focus group discussion*) dengan berbagai pemangku kepentingan seperti Dinas Pendidikan, Dinas Kesehatan, Dinas Pertanian dan perwakilan beberapa sekolah untuk merumuskan makanan jajanan anak yang sehat dan mendorong para pemangku kepentingan untuk membangun kantin sehat di setiap sekolah. Kegiatan ini dilakukan secara terpisah di kabupaten Boyolali dan kota Solo.

Pengorganisasian kelompok konsumen dilakukan dengan beberapa metode pendekatan. Pada dasarnya anggota kelompok didorong untuk mandiri tidak tergantung dengan kegiatan yang dimiliki oleh KSR. Dengan memasuki kelompok yang sudah ada, maka mereka sudah terbiasa dengan kemandirian, sehingga dengan kesadaran sendiri akan bergerak menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang pangan sehat. Metode pembelajaran dimulai dengan perencanaan bersama-sama secara partisipatif dengan melibatkan pengurus dan anggota kelompok. Dari sini, lebih banyak informasi bagaimana ke depan arah dari gerakan konsumen yang akan dibangun, sehingga anggota mampu untuk memberikan masukan tahap-tahap yang diperlukan berdasarkan kebutuhan mereka menurut arah yang akan dicapai. Dari pendekatan ini disusun rencana kerja bersama dalam bentuk kegiatan.

2.1.1. Kegiatan KSR

Salah satu kegiatan yang dipakai KSR adalah diskusi rutin yang dilaksanakan setiap bulan. Pada awalnya, kelompok konsumen masih menginduk pada tempat dan waktu yang sama dengan kegiatan kelompok, tetapi pada waktu selanjutnya, mereka bisa dipisah dari kegiatan kelompok lama untuk bisa lebih berkonsentrasi pada topik-topik diskusi. Materi yang disampaikan kebanyakan adalah untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mengkonsumsi produk pangan sehat, mulai dari masalah budidaya pertanian, tips pangan yang sehat, dan

berbagai topik baik yang berhubungan dengan pangan sehat maupun isu lain yang masih relevan.

Kelompok konsumen yang dibangun dari organisasi yang sudah ada di masyarakat. Hal ini akan lebih mudah apabila kita membangun dari awal sebuah organisasi konsumen. Tujuan utama adalah bagaimana misi bisa tersampaikan sejak awal, sehingga dikemudian hari, dengan kesadaran dari anggota kelompok tersebut, maka akan muncul organisasi konsumen dengan sendirinya. KSR mencoba masuk melalui kelompok PKK baik di tingkat RT dan RW. PKK biasanya memiliki pertemuan rutin dan membahas berbagai hal yang menyangkut arisan maupun kegiatan ibu-ibu di lingkungannya. Pada pertemuan ini, biasanya dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk mereka dengan cara halus. Dengan kesempatan tersebut, KSR masuk ke beberapa organisasi kelompok PKK untuk melakukan penyadaran konsumen. Pada tahap awal tentunya kita memilih kelompok yang aktif dengan melakukan *assessment* kepada kelompok yang dituju. Identifikasi awal dari kelompok dilakukan dan selanjutnya dilakukan pembaharuan bersama dengan kelompok untuk melakukan perencanaan kegiatan bersama secara partisipatif. Model ini juga dilakukan ke kelompok lain supaya anggota kelompok juga meyakini bahwa kegiatan tersebut adalah kegiatan mereka, untuk mereka dan bukan untuk kepentingan lain.

Kegiatan awal dari kelompok konsumen dilakukan setelah mereka melakukan kegiatan inti yang menjadi agenda mereka. KSR masuk dengan memberikan informasi baik melalui ceramah, diskusi dan praktek kepada anggota kelompok setelah mereka melakukan kegiatan inti mereka, sehingga KSR tidak mengganggu apa yang sudah mereka agendakan. Pada tahap selanjutnya, ketika anggota kelompok sudah semakin membutuhkan, maka dibuat jadwal diluar kegiatan pertemuan PKK, dengan memiliki waktu yang panjang, maka kelompok PKK dan KSR bisa lebih konsentrasi dalam membahas pangan yang sehat.

Kegiatan-kegiatan ini pada awalnya sudah direncanakan dengan membuat modul pembelajaran tentang pangan sehat. KSR memproduksi modul ini supaya proses belajar bisa berjalan sesuai dengan urutan dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Tentu saja ada banyak materi lain yang disampaikan kepada konsumen dalam usaha membangun kesadaran pangan sehat.

Selain pengetahuan yang kita sampaikan, konsumen juga membutuhkan bukti, hal ini menjadi salah satu inti dari program penyadaran konsumen, karena tanpa bukti, maka sulit bagi konsumen untuk percaya. Beberapa kegiatan untuk meningkatkan keterampilan konsumen adalah:

1. Mengidentifikasi pangan sehat dan tidak sehat, dengan keterampilan ini konsumen belajar bagaimana mengidentifikasi produk pangan, sehingga dengan kecermatan dan pengetahuan tentang pangan sehat, konsumen bisa mengidentifikasi sendiri.

2. Memilih produk sehat yang sesuai dengan kebutuhan keluarga. Keterampilan ini akan berguna bagi konsumen, bukan hanya cara memilih produk yang ada, tetapi juga kegunaan bagi kesehatan.
3. Memutuskan produk sehat yang dipilih. Keputusan adalah pilihan yang sulit, terutama ketika banyak produk yang ditawarkan dengan lebih atraktif. Keputusan sangat berpengaruh dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi, dengan berani mengambil keputusan, maka konsumen telah menentukan pilihan mengkonsumsi produk yang sehat atau tidak sehat.



Untuk meningkatkan kesadaran konsumen dalam membuat keputusan berikut beberapa materi yang diberikan adalah:

- a. Hak dan kewajiban konsumen, hal ini mengacu pada Undang-undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999, karena ternyata banyak konsumen belum mengetahui hak dan kewajibannya.
- b. Jenis-jenis pangan sehat, di pasar banyak sekali produk pangan yang beredar, dengan pemahaman yang lebih baik, maka konsumen mampu memilih produk pangan sesuai kebutuhannya. Dari pembelajaran ini, KSR menjelaskan tentang proses produksi pangan, manfaat pangan dan siapa yang memproduksinya. Dengan demikian, konsumen akan lebih paham dan bisa memilih produk pangan sesuai dengan kebutuhan dan manfaatnya. Pangan hasil industri dan olahan menjadi salah satu pilihan konsumen, karena saat ini banyak konsumen yang merasa khawatir dengan beredarnya produk pangan yang tidak sehat. Kegiatan semacam ini dilakukan dengan pengamatan tentang label produk. Dengan membaca label, konsumen belajar mengetahui isi dan kandungan dari produk yang ada di pasaran, dengan mendiskusikan dan mencoba sendiri bukti pangan yang berbahaya, misalnya mengandung pengawet, pestisida, pewarna makanan, MSG dll. Pengetahuan ini penting, supaya konsumen lebih hati-hati dalam memilih makanan di pasaran.
- c. Cara memasak pangan sehat. Selain pengetahuan di atas, konsumen juga dibekali untuk bisa membuat produk pangan yang sehat, misalnya cara menanak nasi yang baik, memperlakukan sayuran yang dimasak, membuat minuman susu kedelai dan lainnya.
- d. Sistem perdagangan adil bagi konsumen dan produsen, perdagangan yang adil akan membantu konsumen untuk bisa menentukan harga bukan hanya dari segi nilai rupiah, tetapi juga nilai lain yang bisa membantu kehidupan yang lebih baik bagi konsumen dan petani sebagai produsen.

- e. Analisis sosial ekonomi petani dan konsumen, kegiatan ini akan membantu konsumen untuk memahami lebih jauh berbagai analisa ekonomi yang terjadi di tingkat petani dan konsumen. Dengan adanya analisa ekonomi, maka konsumen bisa memahami lebih jauh tentang perdagangan yang lebih adil.
- f. Analisis dampak lingkungan. Dampak lingkungan akibat pertanian dan pola konsumsi yang eksploitatif juga menjadi sorotan konsumen untuk menyadari bahwa kita sudah terbiasa hidup eksploitatif dengan mengkonsumsi berbagai makanan tanpa menghiraukan akibat bagi lingkungan dan kesehatan kita. Dengan pendekatan ini, konsumen akan lebih bijak dalam memilih produk yang dikonsumsi.
- g. Budidaya pangan sehat. Untuk memberikan gambaran bagaimana sebenarnya model pertanian yang baik dan benar, sehingga konsumen paham bahwa untuk bertani secara benar ada beberapa cara yang ditempuh. Hal ini tentunya juga memberikan gambaran tentang pertanian yang ada saat ini sebagai perbandingan supaya konsumen lebih paham tentang budidaya pertanian yang baik.
- h. Pengelolaan stokis adalah salah satu kegiatan untuk menguatkan kelompok konsumen, karena kita menyediakan stokis yang membantu anggota kelompok konsumen untuk bisa mendapatkan produk pangan sehat yang dekat dengan tempat tinggalnya. Pengelola stokis mendapat pelatihan manajemen stokis, manajemen keuangan dengan harapan untuk membangun sistem administrasi yang lebih baik.
- i. Penguatan organisasi konsumen dilakukan dengan memberikan training pengorganisasian. Training ini membantu kelompok untuk bisa mengembangkan organisasi yang sudah ada supaya lebih baik. Selain itu, ada training manajemen untuk membantu kelompok dalam menjalankan manajemen di kelompok. Hal ini juga berkaitan dengan peyediaan stokis di setiap kelompok yang membutuhkan pelatihan manajemen stokis dengan pembukuan keuangan supaya bisa dikelola dengan baik.

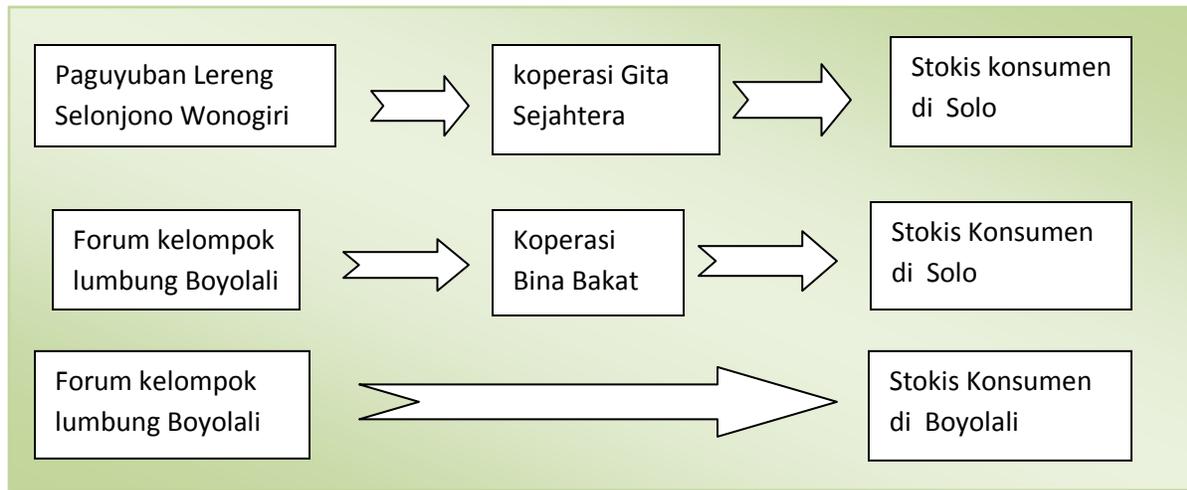
2.2.2. Hubungan dengan produsen

KSR yang memiliki latar belakang pengorganisasian petani tentu saja berusaha membangun kerjasama dengan petani yang menjadi mitra kerja. Dengan adanya kegiatan penyadaran konsumen maka kegiatan di lapangan bersama petani bukan hanya untuk produksi, tetapi juga ke pemasaran. Dengan terbentuknya kelompok konsumen, petani juga mendapatkan manfaat karena ada pasar yang baru untuk produk mereka.

Dari kegiatan penyadaran konsumen, KSR berharap ada peningkatan kesejahteraan petani. Anggota KSR yang telah mengembangkan pertanian berkelanjutan dan pertanian organik membuka jalan bagi petani untuk mendapatkan pasar. Dengan model pengorganisasian konsumen, maka petani mendapat satu kepastian bahwa produk mereka akan bisa diserap oleh

kelompok konsumen dan dengan adanya kelompok, maka keberlanjutan dari pemasaran akan semakin besar.

Pada saat ini KSR bekerjasama dengan petani organik yang berasal dari kabupaten Boyolali dan Wonogiri. Kita membangun mekanisme, walaupun sebelum program ini berjalan, produsen juga sudah memiliki unit pemasaran sendiri. Rantai pemasaran khusus untuk KSR adalah:



Dalam pemasaran, biasanya kelompok tani bergabung dalam satu wadah untuk membangun sistem pengawasan dan pemasaran yang mengutamakan kualitas dan kuantitas. Produk dari kelompok tani masuk dalam beberapa wadah di atas dan kemudian diserap oleh konsumen melalui KSR.

Di setiap kelompok konsumen disediakan stokis yang berguna untuk mendekatkan produk pangan sehat yang dihasilkan oleh petani kepada konsumen. Dengan adanya stokis, konsumen tidak perlu bersusah payah menempuh perjalanan jauh untuk mendapatkan produk pangan yang sehat. Kedepan diharapkan kelompok konsumen bisa berhubungan langsung dengan kelompok pemasaran yang sudah ada, sehingga rantai pemasaran yang terjadi bisa lebih singkat.

2.2.3. Capaian

Dari kegiatan selama dua tahun ini, dari segi jumlah konsumen yang terlibat belajar memang jumlahnya sedikit, tetapi kalau dihitung dari kenaikan tahun pertama ke kedua, maka jumlahnya cukup signifikan. Tujuan KSR bukan hanya untuk mencapai sebanyak mungkin konsumen, tetapi dengan model kelompok, KSR berharap konsumen bisa mendapatkan ilmu secara intensif dan menjadi inisiator bagi masyarakat di luar kelompok.

Model kelompok ini adalah untuk menciptakan kader, dengan model kader, maka anggota kelompok konsumen bisa mengembangkan kelompok lain dengan ilmu, pengetahuan dan keterampilan yang telah dimiliki.

Dari segi peningkatan serapan produk pangan sehat, ternyata dengan dibentuk dan tumbuhnya kelompok konsumen, ada peningkatan jumlah produk yang dihasilkan oleh petani organik yang dikonsumsi konsumen. Peningkatan ini cukup besar, karena semakin lama semakin banyak konsumen yang ikut mengkonsumsi dan mereka adalah konsumen yang loyal. Selain itu, dengan konsumen yang lebih paham tentang dunia pertanian, maka konsumen bisa menghargai usaha yang dilakukan oleh petani dalam memproduksi pangan yang sehat untuk mereka. Timbal balik inilah yang membangun kesadaran dan rasa saling menghormati antara produsen (petani) dan konsumen.

Kedepan, arah dari penyadaran konsumen adalah untuk membangun konsumen yang mandiri, artinya konsumen bisa melakukan seluruh aktifitasnya secara mandiri. Konsumen bisa mengorganisir diri mereka sendiri dan melakukan advokasi untuk kepentingan konsumen yang peduli dengan pangan yang sehat.

Kelompok Konsumen Solo (sampai akhir 2010)

No	Lokasi Kelompok	Peserta	Status Kelompok	Nama kader
1	Paguyuban Purwotomo	30 orang	Kelompok utama	Fasilitator KSR
2	Sondakan	30 orang	Kelompok utama	Fasilitator KSR
3	Kel Pajang	30 orang	Kelompok Utama	Fasilitator KSR
4	KUB Tunas Mekar Yosoroto	20 orang	Dikembangkan kader	Harjanti
5	Alumni SD 15 Mangkubumen	21 orang	Dikembangkan kader	Haryati Eddy Suroso
6	Kelurahan Purwosari	30 orang	Dikembangkan kader	Haryati Edy Suroso, Dewi Tyas, Sulastri
7	Sumber RT 03/XV	18 orang	Dikembangkan kader	Haryati Edy Suroso
8	Klompok Yasinnan Sondakan	55 Orang	Dikembangkan kader	Tanti, Ninuk Sri bandini
9	Jagalan RW IX	25 orang	Kelompok Utama	Fasilitator KSR, Kader : Sriyati, Sumini, Iswatiningsih, Hesti, Martini
10	Bonorejo RW XV Nusukan	35 orang	Dikembangkan kader	Fasilitator Kader Kader : Martotie

11	Banyuwangi, RT 4/II, Kadipiro	38 orang	Dikembangkan kader	Usmani
12	Jagalan RW II	18 orang	Dikembangkan kader	Kusmariati Sugeng, Wartini
13	Jagalan RW V	25 orang	Dikembangkan kader	Sri Kustari, Sri Rejeki
14	Jagalan RW VI	28 orang	Dikembangkan kader	Ambar
15	Jagalan RW VII	29 orang	Dikembangkan kader	Asri
16	Sumber RT 04/IV	20 orang	Dikembangkan kader	Sriati Paino, KSR : Aris Purwanto
17	Tegal sari, Kadipiro	65 orang	Dikembangkan kader	Ibu Rukti
		517		

Kelompok konsumen Boyolali (sampai akhir 2010)

No	Lokasi Kelompok	Peserta	Status Kelompok	Nama kader
1	Siswodipuran RW 10 Boyolali	25 orang	Kelompok Utama	Fasilitator KSR Kader : Ety Jumadi, Fa. Retno SU
2	Ngistiharjo RT 02/15, Boyolali	22 orang	Dikembangkan kader	Fasilitator Kader Kader : Irma Yuniarsih, Sri Suwarni, Heny Y, Rumiati
3	Surodadi RT 01/XIV Boyolali	55 orang	Dikembangkan kader	Fasilitator Kader Hj. Sri Wahyuni. Wiyantini
		102		

3. Pengorganisasian Kelompok Konsumen

Oleh: Suparlan

Keberadaan kelompok konsumen umumnya diwarnai dengan upaya aktif untuk memperjuangkan kepentingan konsumen agar diperhitungkan dalam penentuan kebijakan pemerintah. Mereka hanya mengelola informasi menyangkut kehidupan konsumen, sehingga mampu mengartikulasikan kepentingannya. Kelompok konsumen harus memperkuat diri, menjadi milik masyarakat sebagai kekuatan utama, dan memiliki prinsip-prinsip dasar menggerakkan aksi bersama. Walaupun kelompok konsumen tersebut tidak memiliki kekuatan dalam hukum tetapi paling tidak posisi kelompok konsumen akan memberikan pengaruh positif

terhadap masyarakat disekitar, sehingga mampu memberikan pengetahuan, ketrampilan dalam memperjuangkan hak konsumen sesuai Undang - Undang Perlindungan Konsumen No 8 tahun 1999 (UUPK) .

Dalam studi sosiologi, kelompok adalah gejala yang sangat penting untuk dikaji, hal ini karena sebagian besar kegiatan manusia berlangsung dalam sebuah kelompok. Ada kelompok yang didasari atas kepentingan ekonomi, keagamaan, kesenian, kewilayahan dan lain-lain. Sunarto¹³ dalam bukunya mendefinisikan kelompok sebagai sekumpulan manusia yang saling berinteraksi satu dengan yang lain sesuai dengan pola-pola yang telah mapan.



Secara terinci Hendropuspito¹⁴ merumuskan kelompok sebagai kumpulan yang nyata, teratur dan tetap dari orang-orang yang melaksanakan peranan yang saling berkaitan guna mencapai tujuan bersama. Kelompok memiliki beberapa ciri, pertama memiliki struktur sosial, artinya setiap anggota memperoleh kedudukan tertentu dalam kelompok tersebut. Kedua, terdapat sejumlah peranan dari anggota kelompok sesuai dengan kedudukan yang dimiliki. Ketiga, mempunyai norma-norma kelakuan (tertulis/tidak tertulis) yang mengatur bagaimana peranan-peranan harus dilakukan. Keempat, memiliki kepentingan yang sama dan mempertahankan nilai-nilai yang disepakati bersama. Dari berbagai sumber ini bisa disimpulkan bahwa kelompok dasar (*basic group*) yang dibentuk secara spontan maupun terencana dari bawah/oleh masyarakat sebagai sumber kegiatan bagi pembaharuan masyarakat untuk melindungi kepentingan bersama.

Upaya yang dilakukan guna terwujudnya tatanan sosial yang berkeadilan dalam proses memperoleh bahan pangan baik beras, lauk pauk maupun bahan pangan yang lain perlu adanya sebuah kelompok yang terorganisir, mengingat persoalan di wilayah Solo khususnya dan di Indonesia pada umumnya, banyak terjadi pelanggaran terhadap bahan pangan yang tidak berkualitas, hal ini disebabkan banyaknya model perdagangan di kota maupun di desa mulai dari pasar tradisional, *Mini market* hingga pada *Super market/Mall* yang sudah mulai merambah ke wilayah pedesaan, dengan beraneka ragam produk yang dijual mulai dari bahan pangan, industri rumah tangga hingga produk yang dihasilkan dari pabrikan dengan teknologi sederhana hingga modern. Barang yang dijual beragam, terutama pangan dan bahan pangan yang menjadi kebutuhan pokok setiap hari, sehingga ibu-ibu rumah tangga mudah mencari produk pangan (mendekatkan kebutuhan rumah tangga).

¹³ Sunarto, Kamanto, 1993. Pengantar Sosiologi, Jakarta, FE Universitas Indonesia, hal 89

¹⁴ Hendro Puspito, 1989. Sosiologi Sistematis, Yogyakarta, Kanisius, hal 41-42

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui Dinas Kesehatan Kota (DKK), Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), Kantor ketahanan Pangan (KKP) dan lain-lain hampir setiap menjelang hari Raya , banyak ditemukan bahan pangan yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi, walaupun demikian masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh pedagang tanpa mempertimbangkan keselamatan konsumen. Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No: 8 tahun 1999 adalah untuk menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen yang bertujuan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian untuk melindungi diri, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya selaku konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam usaha.

Namun demikian UU ini tidak memberikan peringatan terhadap pelaku usaha, masih banyak pelanggaran yang terjadi. Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan konsumen tentang produk-produk yang sehat untuk dikonsumsi sehingga perlu dibangun sebuah kelompok yang memberikan pembekalan pengalaman ketrampilan bagaimana memilih, dan menentukan sikap mengkonsumsi produk yang sehat atau produk yang tidak sehat.

Berbagai model pendekatan dilakukan agar penerima manfaat dari proses pendidikan penyadaran konsumen segera merasakan, khususnya kelompok ibu-ibu sehingga proses penyebaran bisa lebih cepat diberbagai strata sosial masyarakat, dibawah ini adalah model pendekatan yang dilakukan:

3.1. Pengorganisasian Kelompok PKK

Dalam struktur organisasi Kelurahan terdapat Organisasi PKK yang membawahi beberapa Kelompok Kerja (POKJA) antara lain POKJA III yang membidangi pangan sehingga strategi ini diarahkan pada pendampingan kelompok PKK POKJA III Pangan. Proses pembentukan kelompok ini diawali dengan melakukan diskusi dengan Kelurahan yakni:

1. Memperkenalkan program Konsumen yakni memberikan bekal pengetahuan, pengalaman dan ketrampilan dalam menyikapi makanan yang yang tidak sehat baik dari segi proses produksinya maupun paska produksi (pengolahannya),
2. Memfokuskan ibu-ibu sebagai kelompok yang akan difasilitasi, hal ini dilakukan karena ibu-ibu adalah penentu dalam memilih pola makan keluarganya.



3. Pemilihan peserta dari pengurus dalam POKJA pangan dan anggota aktif, sehingga peserta tidak terlalu banyak, jika proses belajar diikuti banyak orang tidak akan focus dalam proses belajar sehingga peserta antara 20 – 30 per kelompok. Dengan dibatasi peserta diharapkan belajar akan lebih serius dan perwakilan tersebut dengan harapan mampu melakukan sosialisasi ke masyarakat yang lain.

Terbentuknya kelompok konsumen ini diharapkan mampu menjadi *pioneer* dalam mengkampanyekan pangan sehat ditingkat PKK. Strategi ini ternyata mampu memberikan gerakan yang luar biasa dengan ditandai banyaknya permintaan untuk memfasilitasi kelompok PKK dengan membentuk kelompok sendiri dan di lingkungan RW untuk mendapatkan pelatihan tentang pangan sehat terutama beras dan kemudian masuk pada isu rumah tangga lainnya, seperti bahaya pestisida rumah tangga akibat penggunaan bahan kimia (racun) untuk pemberantasan nyamuk baik bahan yang dibakar maupun oles, efek negatif yang ditimbulkan akibat mengkonsumsi lauk pauk yang banyak mengandung formalin, salah satu bahan pengawet untuk kayu yang dipergunakan untuk pengawet makanan misalnya tahu, bakso, ikan laut dll. Strategi pendampingan kelompok konsumen melalui POKJA pangan ditingkat kelurahan ternyata disambut baik oleh aparat Kelurahan.

3.2. Pengorganisasian kelompok Paguyuban

Paguyuban ini terdapat di satu kelurahan yang terdiri dari ibu-ibu dilingkungan kelurahan membentuk paguyuban guna melakukan proses diskusi, kegiatan lingkungan, arisan dan simpan pinjam. Pertemuan yang dilakukan ibu-ibu di paguyuban ternyata masih banyak waktu yang luang yang biasanya hanya diisi dengan promosi produk-produk pabrikan, sehingga fasilitator program penyadaran konsumen merasa ada peluang yang bisa dimanfaatkan forum tersebut untuk melakukan pendidikan penyadaran konsumen. Proses pembentukan kelompok Paguyuban untuk pendidikan penyadaran konsumen pangan sehat, tidak mulai dari awal sehingga prosesnya adalah:

1. Fasilitator memperkenalkan program-program pendidikan penyadaran konsumen.
2. Melakukan kontrak belajar yang meliputi sarana belajar ditanggung fasilitator, materi yang akan disajikan berdasarkan kebutuhan peserta dan penyampaian pengalaman yang dimiliki oleh fasilitator, waktu belajar dilakukan bersamaan dengan waktu pertemuan Paguyuban.

Kegiatan tersebut disambut baik oleh kelompok sehingga terselenggara pertemuan rutin satu bulan sekali dengan memberikan pengalaman, ketrampilan tentang pangan sehat. Forum ini diikuti oleh sekitar 35 orang dengan beraneka ragam kelas sosial mulai dari kelas menengah hingga atas. Proses belajar yang dibangun mulai



dari perencanaan yang ingin dipelajari, pembentukan kepengurusan hingga penyepakatan waktu untuk pertemuan. Disamping sebagai ibu rumah tangga, mereka juga memiliki aktivitas diluar guna mendukung kebutuhan ekonomi keluarga sehingga kegiatan dilakukan pada sore hari setelah jam aktivitas kantor, sedangkan tempat yang digunakan di aula balai kelurahan dengan harapan program tersebut mampu mempengaruhi ditingkat kelurahan sehingga harapanya program juga menjadi program kelurahan.

3.3. Pengorganisasian Kelompok Kegiatan Keagamaan

Pengorganisasian kelompok ini merupakan strategi yang coba dikembangkan oleh Konsorsium Solo Raya (KSR). Kelompok ini merupakan kelompok yang sangat strategis karena kelompok ini diikuti oleh ibu-ibu dari kelas sosial social menengah ke atas atau kelompok konsumtif. Mereka membeli bahan pangan dari *supermarket* dan *mall* tanpa mempertimbangkan tingkat kesehatan dan proses produksi dari bahan pangan tersebut. Mereka menanggap bahan pangan yang dijual di supermarket maupun *Mall* sebagai produk yang sehat misalnya beras, buah-buahan import, daging import, bahan untuk lauk pauk dan lain-lain. Dari proses belajar dan ujicoba yang dipelajari ternyata bahan pangan tersebut justru proses produksinya banyak menggunakan bahan kimia, misalnya buah apel import untuk menjaga agar buahnya tetap mengkilat sebelum dijual dilapis dengan lilin agar tetap tahan dengan waktu lama.

Kelompok “Kegiatan Keagamaan” yang diorganisir meliputi:

3.3.1. Kelompok Pengajian

Kelompok Pengajian sebelumnya sudah ada sehingga tim dari KSR hanya mengisi materi yang berkaitan dengan pangan sehat, bahaya kesehatan dan lingkungan akibat penggunaan bahan pangan yang tidak sehat untuk kebutuhan keluarga. Kegiata pengajian dilakukan setiap satu minggu sekali dengan agenda mendengarkan ceramah dari ustazah dan belajar membaca Al-quran, sehingga masih banyak waktu yang luang yang bisa digunakan untuk belajar tentang pangan dan lingkungan sehat. Kegiatan untuk pendidikan penyadaran konsumen dilakukan satu bulan sekali. Jika dilihat dari efektivitas kelompok sangat baik karena ibu-ibu yang menjadi anggota kelompok bertempat tinggal di berbagai wilayah Solo, dengan kondisi ini diharapkan proses penyebaran penyadaran konsumen akan pentingnya pangan yang sehat juga lebih cepat meluas.

3.3.2. Kelompok Yassinan

Kelompok yassinan ini diselenggarakan setiap bulan dengan agenda membaca surat yassin. Tempat penyelenggaraan pertemuan bergantian dari rumah peserta yang satu ke rumah peserta yang lain. Konsumen Solo Raya menganggap bahwa forum ini sangat strategis, dimana peserta yang terlibat dari kelas bawah, menengah dan atas dengan peserta yang berbeda dengan kelompok Pengajian. Sehingga penerima manfaat dari proses pendidikan penyadaran konsumen bisa merata dalam strata sosial di Solo.

Kegiatan ini memberikan pengalaman dan pengenalan pangan sehat terutama bahan pokok, yang salah satunya adalah beras sehat. Selama ini ibu-ibu tidak mengetahui bagaimana kualitas beras yang sehat. Anggapan selama ini adalah beras yang sehat asal beras berwarna cerah, bersih apalagi kalau membeli di swalayan, padahal belum tentu atau justru bisa sebaliknya. Selain itu masih banyak materi yang dipelajari bersama, intinya untuk menambah pengalaman, peningkatan ketrampilan dalam memilih pangan yang sehat dan memberikan kesempatan untuk saling belajar dengan produsen langsung dan antar konsumen sendiri. (PLN)

4. Sosialisasi Pangan Sehat di Sekolah

Oleh: Sofiwati

Kegiatan belajar di sekolah menyita waktu terbesar dari aktivitas anak sehari-hari. Makanan jajan di sekolah pada umumnya sangat beresiko karena mengandung zat berbahaya yang bisa mengganggu kesehatan. Perilaku makan pada anak usia di sekolah tersebut harus diperhatikan secara cermat dan hati-hati. Anak usia sekolah adalah investasi bangsa, karena mereka adalah generasi penerus di masa yang akan datang. Upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia harus dilakukan sejak dini, sistematis dan berkesinambungan. Tumbuh berkembangnya anak usia sekolah yang optimal tergantung pemberian nutrisi dengan kualitas dan kuantitas yang baik serta benar.



Kebiasaan yang sering menjadi masalah adalah makan di kantin atau warung sekitar sekolah dan makanan "fast food". Makanan jajan yang dijual pedagang kaki lima atau dalam bahasa Inggris disebut *street food* menurut FAO sebagai makanan dan minuman yang dipersiapkan dan dijual oleh pedagang kaki lima di jalanan dan di tempat-tempat keramaian umum lain yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut. Makanan Jajanan di kaki lima menjawab tantangan masyarakat terhadap makanan yang murah, mudah, menarik dan bervariasi. Sementara anak-anak sekolah umumnya setiap hari menghabiskan $\frac{1}{4}$ waktunya di sekolah.

Makanan jajanan yang baik yang dijual di kaki lima cukup menyumbang asupan energi bagi anak sekolah, karena itu dapat dipahami peran penting makanan jajanan kaki lima pada



pertumbuhan dan prestasi belajar anak sekolah. Namun demikian, keamanan jajanan tersebut baik dari segi mikrobiologis maupun kimiawi masih dipertanyakan. Adanya indikasi (mis: zat formalin) yang terkandung dalam makanan jajanan di tiga sekolah di Kota Solo ditemukan dalam kegiatan pelatihan uji formalin dalam makanan jajanan yang dilakukan oleh Yayasan Kakak bekerja sama dengan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Slamet Riyadi (Unisri) Solo. Hasil penemuan tersebut menyatakan beberapa jajanan sekolah yang terindikasi mengandung formalin itu antara lain cilok, bakso goreng, mie kering, keripik singkong, tahu goreng, dan makroni. Beberapa jajanan itu dijual oleh pedagang kaki lima di sekitar sekolah dan kantin sekolah. Bahan-bahan ini dapat terakumulasi pada tubuh manusia dan bersifat karsinogenik yang dalam jangka panjang menyebabkan penyakit-penyakit seperti antara lain kanker dan tumor pada organ tubuh manusia. Belakangan juga terungkap bahwa reaksi makanan tertentu ternyata dapat mempengaruhi fungsi otak termasuk gangguan perilaku pada anak sekolah. Gangguan perilaku tersebut meliputi gangguan tidur, gangguan konsentrasi, gangguan emosi, hiperaktif dan memperberat gejala pada penderita autisme. Pengaruh jangka pendek penggunaan bahan tambahan kimia ini menimbulkan gejala-gejala yang sangat umum seperti pusing, mual, muntah, diare atau bahkan kesulitan buang air besar.

Untuk mengurangi resiko bahaya bagi kesehatan anak sekolah terhadap makanan jajanan yang tidak sehat dan tidak aman, perlu dilakukan usaha promosi perlindungan keamanan pangan baik kepada pihak sekolah, guru, orang tua, murid, serta pedagang. Bahaya yang senantiasa mengancam kesehatan anak usia sekolah karena perilaku makan ini harus diperhatikan oleh semua pihak. Orang tua, guru, persatuan orang tua murid, pemerintah daerah khususnya departemen pendidikan dan departemen kesehatan harus mulai berkoordinasi untuk melakukan upaya perbaikan. Sekolah dan pemerintah perlu mendorong upaya bersama untuk mendorong akses makanan yang sehat di sekolah, misalnya dengan adanya kantin sehat di sekolah yang menyediakan makanan yang aman dan sehat untuk dikonsumsi anak sekolah. Upaya lain yang bisa dilakukan adalah pemberian makanan ringan atau makan siang yang dilakukan di lingkungan sekolah. Hal ini dilakukan untuk mencegah agar anak tidak sembarang jajan. Koordinasi oleh pihak sekolah, persatuan orang tua murid dibawah konsultasi dokter sekolah atau Pusat Kesehatan Masyarakat setempat untuk dapat menyajikan makanan ringan pada waktu keluar istirahat yang bisa diatur porsi dan nilai gizinya. Upaya ini tentunya akan lebih murah dibanding anak jajan diluar sekolah yang tidak ada jaminan gizi dan kebersihannya. Dengan menyelenggarakan kegiatan makanan tambahan tersebut, diharapkan mendapat keuntungan, misalnya anak sudah ada jaminan makanan disekolah, sehingga orang tua tidak khawatir dengan makanan yang dimakan anaknya di sekolah.

Konsorsium Solo Raya (KSR) sebagai sebuah jaringan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang peduli tentang pangan sehat terus berupaya untuk menggali permasalahan yang terkait

makanan jajanan anak dan mendorong upaya bersama pihak-pihak terkait misalnya sekolah dan instansi terkait untuk mengatasinya. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

4.1. Sosialisasi Pangan Sehat

Sosialisasi pangan sehat di sekolah merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam membangun gerakan konsumen pangan di Solo Raya. Salah satu strategi yang dibangun adalah melalui pendekatan lewat sekolah dengan sasaran langsung adalah orang tua/wali murid, guru sekolah, dan pihak lain yang terlibat dalam kegiatan belajar mengajar. Sedangkan sasaran tidak langsung adalah anak dan keluarga serta lingkungannya seperti saudara, tetangga atau komunitas di sekitarnya. Pendekatan sekolah yang dipilih adalah *Playgroup*, Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar dengan pertimbangan bahwa pola konsumsi sehat keluarga seharusnya diberikan atau ditanamkan sejak usia dini, sehingga anak-anak yang masih dalam tahap pertumbuhan dapat menjadi generasi penerus yang sehat. Kegiatan ini dilakukan di beberapa sekolah di Solo dan Boyolali.



Adapun materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah tentang pangan sehat dan proses budidaya serta perlindungan konsumen baik dari hak dan kewajiban sebagai konsumen serta berbagai pelanggaran hak konsumen yang terjadi. Untuk mendukung kegiatan sosialisasi pangan sehat ini juga disertai dengan distribusi media informasi dan kampanye seperti newsletter, leaflet, poster, sample produk beras sehat.

4.2. FGD Mendorong pemenuhan pangan sehat pada anak sekolah

Kegiatan diskusi terbatas diselenggarakan dengan maksud untuk menggali permasalahan yang terkait makanan jajanan anak dan mendorong upaya bersama pihak-pihak terkait misalnya sekolah, instansi pemerintah terkait pangan sehat, akademisi dan ornop yang mempunyai kepedulian dengan pangan sehat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dengan demikian ada upaya bersama secara sinergis untuk mendorong pemenuhan pangan sehat anak usia sekolah terutama di TK dan SD. Rekomendasi akhir dari kegiatan FGD ini menjadi langkah bersama di tiap institusi yang terlibat dalam pemenuhan pangan sehat untuk anak.

- Masing-masing sekolah hendaknya membuat aturan/kebijakan tentang peredaran makanan di sekolah
- Anak perlu membawa bekal sendiri dari rumah sehingga tidak jajan sembarangan
- Adanya beberapa media KIE bagi orang tua, guru dan siswa agar lebih paham tentang pentingnya makanan sehat.
- Penyediaan kantin sehat di masing-masing sekolah
- Ada kebijakan sekolah yang mewajibkan murid untuk membawa makanan dari rumah yang dijadwal baik makanan jajanan, buah, nasi dll yang terkait dengan peningkatan gizi
- Perlu diadakan penyuluhan bagi penjual di sekolah agar menjual makanan yang bersih, dan sehat,
- Memaksimalkan peran DKK, Disperindak dan Instansi terkait memberikan penyuluhan pada pedagang makanan jajanan anak.
- Media KIE terkait makanan perlu dimasukkan dalam kurikulum (standar operasional Pengajaran)
- Wali Murid dibuat kelompok untuk membuat makanan tambahan di sekolah hanya saja konsekuensinya pada penambahan anggaran di komite sekolah)
- Membuat *resource center* untuk memberikan pendidikan tentang pangan sehat di sekolah dengan melibatkan berbagai pihak terkait



Dengan demikian upaya peningkatan perhatian kesehatan anak usia sekolah ini diharapkan dapat menciptakan anak sekolah yang sehat, cerdas dan berprestasi. (sf)

5. Model Pembelajaran "In class"

Oleh: Suparlan

Cara belajar dan kurikulum yang digunakan sebagai acuan belajar akan menentukan kualitas bagi peserta belajar, begitu juga seorang yang menjadi guru/fasilitator akan berperan membantu peserta dalam proses belajar sehingga jika proses belajar yang dibangun tidak sesuai dengan situasi, kondisi peserta belajar menjadi terkendala.

Model dan cara belajar yang banyak diketahui dan dilakukan oleh kebanyakan orang merupakan model belajar antara guru dan murid, dimana guru mempunyai watak bercerita (*narrative*) yang sangat



mendasar, sedangkan murid hanya sebagai obyek yang patuh mendengarkan, proses ini cenderung menjadi kaku dan tidak hidup. Ciri yang menonjol dari pendidikan bercerita ini adalah kemerduan kata-kata bukan kekuatan pengubahnya. “Empat kali empat sama dengan enam belas” murid-murid mencatat dan menghafalnya tanpa menyadari makna yang sesungguhnya dari perkalian tersebut. Lebih buruk lagi, murid diubah menjadi bejana, wadah-wadah kosong untuk diisi oleh guru, model pendidikan inilah berakibat pada miskinnya daya cipta, daya ubah dan pengetahuan¹⁵.

Model belajar diatas menggambarkan bahwa seorang guru adalah segalanya sedangkan murid hanya sebagai obyek yang tidak tahu apa-apa, dengan memposisikan murid sebagai obyek maka proses belajar tersebut tidak akan berjalan secara dua arah, sedangkan pasca dari proses belajar tidak akan mampu menggali potensi yang dimiliki peserta didik, tidak memberikan peluang terhadap lawan belajarnya sehingga semakin memberikan batas antara guru dan murid, maka dengan model belajar tersebut merubah paradikma dan prosesnya sehingga tidak ada guru dan murid yang ada seorang fasilitator yang memfasilitasi proses belajar dan peserta belajar, dengan demikian cara belajar tersebut “mengorbankan” orang (sama-sama belajar).

Berangkat dari pengalaman belajar yang diselenggarakan di sekolah, menjadi pelajaran berharga bagi para pemerhati dan penyelenggara agen perubahan sehingga mampu merubah pandangan, cara belajar, materi/kurikulum, dan mampu memposisikan seorang guru menjadi fasilitator juga merubah pandangan dari seorang murid menjadi peserta belajar, dari hanya sekedar obyek menjadi subyek dalam proses saling belajar.

Proses belajar yang diselenggarakan bersama kelompok merupakan model belajar yang membebaskan, artinya pendidikan ini untuk membangkitkan kesadaran kritis, tidak ada aturan yang baku dalam proses pendidikan penyadaran konsumen pangan sehat, namun demikian ada prinsip belajar yang ditekankan yakni proses pendidikan orang dewasa (POD), proses ini melalui metode belajar lewat pengalaman dengan pendekatan secara partisipatif yang memiliki ciri pokok meliputi :

1. Anggota kelompok merupakan subyek program.
2. Pengetahuan dan ketrampilan diperoleh terutama dari praktek/kegiatan dan ada beberapa pengalaman dari luar yang diadopsi sebagai pengalaman baru.
3. Pendamping adalah fasilitator, sehingga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan kreatifitas yang mendukung proses belajar penyadaran konsumen pangan sehat serta keputusan diambil berdasar kesepakatan kelompok.
4. Saling belajar dan saling evaluasi dilakukan oleh sesama anggota/kelompok.

¹⁵ Paulo Freire, 2000, Pendidikan Sebagai Proses, Yogyakarta, Pustaka Pelajar

Proses belajar inilah yang paling tepat untuk bisa saling menghargai pendapat antar peserta, serta tidak memiliki guru dan tidak ada murid yang ada hanyalah fasilitator dan peserta belajar yang sama-sama saling belajar dan menyampaikan pengalaman.

Walaupun proses belajar yang dibangun tidak mengikat tetapi ada kurikulum yang menjadi pedoman untuk melakukan pendidikan konsumen. Kurikulum tersebut mencakup beberapa aspek meliputi:

1. Materi peraturan dan undang-undang perlindungan konsumen, materi ini diberikan agar konsumen memahami hak yang harus diterima bagi seorang konsumen dan tentunya kewajiban-kewajiban yang harus dilakukan.
2. Proses budidaya secara alami (sehat) yang membandingkan dengan proses produksi secara konvensional (kimiawi) agar peserta lebih memahami pilihan yang tepat ketika mengkonsumsi bahan pangan terutama beras dan ciri-ciri yang paling dominan di antara kedua perlakuan tadi.
3. Dampak pestisida terhadap kehidupan, baik dampak pestisida secara langsung terhadap manusia maupun residu yang ditimbulkan oleh penggunaan bahan kimia (pestisida dan pupuk kimia)
4. Efek negatif dari penggunaan peralatan rumah tangga berbahan plastik (tempat makan, tempat minum, bungkus makanan dll) serta alternatif yang bisa digunakan
5. Dampak negatif penggunaan BMT (bahan makanan tambahan), misalnya untuk penyedap, pewarna, pemanis, pengembang, pengawet dll.
6. Bahaya pestisida rumah tangga, pestisida ini yang banyak digunakan untuk pemberantasan nyamuk.
7. Mata kritis konsumen dengan mengkaji label yang ada dalam produk kemasan, bertujuan memberikan bekal bagi konsumen ketika hendak membeli produk pabrikan perlu waspada dengan isi label yang ada.
8. Kosmetik berbahaya bagi kesehatan. Banyak bahan kimia berbahaya bagi kesehatan konsumen yang digunakan untuk kosmetik terutama untuk pemutih sehingga perlu dikaji agar tidak terjadi hal negatif akibat dari penggunaan kosmetik tersebut. Konsumen jarang melihat apa sebenarnya yang ada dalam kandungan yang digunakan hanya biasanya penggunaan kosmetik disebabkan terpengaruh oleh promosi melalui media elektronik dan jarang konsumen membaca label dengan seksama, jika baca labelpun



terkadang belum mengetahui apa efek dari bahan kimia yang ada dalam kosmetik tersebut, sehingga ini sangat perlu disampaikan sebagai materi penyadaran konsumen.

9. Peran dan tanggung jawab selaku konsumen yang bijaksana

Metode yang dilakukan dalam proses pendidikan konsumen, antara lain:

1. Diskusi dan curah pendapat serta mengamati beberapa contoh produk sebagai bahan belajar agar peserta lebih memahami. Biasanya produk yang dibawa adalah produk pabrikan sehingga konsumen diharapkan teliti dan jeli sebelum membeli, misalnya harus membaca label dulu, apa isi label, bagaimana kemasannya termasuk juga bahan yang digunakan apakah layak untuk dikonsumsi atau tidak.
2. Demo pangan sehat. Pangan yang tidak sehat banyak ditemukan diberbagai lokasi misalnya pasar, warung dan makanan yang dijual keliling terutama untuk makanan jajanan bagi anak sekolah, hal ini memberikan pelajaran berharga untuk segera melakukan proses pemahaman terhadap konsumen agar konsumen bijaksana untuk memilih makanan dan terutama untuk memberikan penjelasan terhadap anaknya yang masih usia sekolah.

Dari banyaknya kasus yang ditemukan sehingga memotivasi tim KSR untuk melakukan uji beberapa makanan yang kemudian dimasukkan dalam kurikulum pembelajaran bagi konsumen. Kegiatan ini dikemas dengan topik Demo pangan sehat dengan kegiatan ini diharapkan memberikan keterampilan bagi peserta bagaimana menguji makanan yang tidak sehat.

Contoh :

- Bakso diduga ada bahan pengawet yang digunakan (mis: formalin) cara yang digunakan untuk mengetahui apakah bakso tersebut mengandung bahan pengawet atau tidak.
- Ikan asin dengan berbagai cara untuk mengetahui kandungan yang terdapat dalam ikan asin, biasanya bertujuan agar ikan asin mampu bertahan lebih lama.
- Beras untuk mengetahui beras sehat dengan beras yang dipoles dengan cara dicuci, jika dipoles ketika dicuci akan menghasilkan leri sedikit dan agak jernih tetapi jika beras tersebut tidak dipoles akan menghasilkan leri (warna kecoklatan dari kulit ari yang menempel di beras) yang sangat banyak walaupun dicuci beberapa kali.

Dari hal-hal semacam ini konsumen tidak menyadari betapa banyak persoalan pangan di sekitar kita yang diproses secara tidak sehat. Proses dan model belajar ini diselenggarakan untuk memberikan pembekalan pengalaman dan ketrampilan peserta belajar, dengan harapan setelah mendapat pelajaran tersebut peserta mampu memberikan pengalaman ini kepada konsumen lain dan bijaksana dalam pemilihan pangan untuk keluarganya.

3. Metode peragaan/simulasi ini diterapkan mengingat peserta belajar adalah ibu rumah tangga, sehingga dengan model peragaan /simulasi tidak menimbulkan kejenuhan, tidak terkesan kaku. Simulasi bisa memecah suasana tegang, kaku menjadi suasana yang rilek santai. Misalnya ketika fasilitator akan menjelaskan bagaimana proses pestisida/bahan kimia yang digunakan bisa terserap ke tanaman, maka dengan cara mengembangkan metode belajar simulasi jaring pengangkut mampu menjelaskan dengan mudah ke peserta belajar serta mudah untuk dipahami.
4. Kunjungan ke rumah anggota
Kunjungan ke rumah adalah untuk melakukan pengorganisasian sekaligus memberikan pandangan positif terhadap keluarganya, bahwa kegiatan ini dilakukan untuk mendapat kepercayaan dikeluarganya dalam pendidikan konsumen. Selain itu kunjungan dari rumah ke rumah juga membangun suasana keakraban antara fasilitator dengan keluarga peserta, karena penyadaran konsumen tidak hanya sekedar hafalan tetapi bagaimana hasil belajar diterapkan disetiap keluarga. (PLN)

6. Model Pembelajaran "Out class"

Oleh: Sofiawati

Pendidikan pada konsumen menjadi alat yang sangat efektif untuk mempengaruhi cara pandang konsumen. Selanjutnya pendidikan tersebut akan menentukan model yang akan dilakukan untuk memacu dan mengarahkan suatu perubahan sosial di tingkat konsumen. Perubahan sosial berarti perubahan secara mendasar dalam relasi politik, ekonomi, sosial, lingkungan hidup, pengetahuan & teknologi serta gender, dimana akan mempengaruhi posisi tawar dari bagian sistem sosial yang ada sehingga menjadikan keseimbangan. Dengan demikian model pendidikan yang dikembangkan di tingkat kelompok konsumen memuat aspek-aspek:

- a. Model pendidikan yang dikembangkan harus mampu menumbuhkan kesadaran kritis konsumen terhadap berbagai persoalan pangan yang terjadi
- b. Model pendidikan yang dikembangkan juga dapat melahirkan kader-kader konsumen yang professional yang mampu memfasilitasi berbagai forum untuk penyadaran konsumen
- c. Model pendidikan yang dikembangkan harus mampu menjembatani lahirnya gerakan konsumen yang kritis dan mampu mendorong kerjasama antar level yang terkait dengan persoalan pangan untuk mendorong terjadinya transformasi sosial yang sistematis dan terencana.

Strategi pembelajaran yang dikembangkan dalam pendidikan untuk penyadaran konsumen adalah meliputi metode *inclass* dan *outclass*. Metode *inclass* adalah proses pembelajaran untuk memperkaya wacana kritis konsumen yang berkaitan dengan materi teknis maupun non teknis.

Kegiatan yang dilakukan adalah pemberian materi-materi yang bersifat teori dan berbagai pengalaman empiris yang berkaitan dengan pangan sehat dan budidayanya. Kegiatan *outclass* adalah implementasi proses belajar di lapangan bersama narasumber lokal. Lebih menekankan pada penguasaan tehnik serta pengembangan interaksi. Kegiatan *outclass* menyediakan lahan belajar yang dapat digunakan untuk melakukan implementasi teori yang didapatkan dari metode *inclass*. Secara umum kegiatan *outclass* untuk konsumen ini agak berbeda dengan pendekatan dengan subyek lain, karena pendekatan ini mempunyai tujuan yang spesifik sebagai berikut:

- a. Menambah ilmu, pengetahuan dan ketrampilan konsumen
Dengan adanya beberapa kegiatan *outclass* ini, maka konsumen akan menganalisis materi secara teoritis dan realitas yang ada di lapangan. Sehingga akan memperkaya wawasan konsumen
- b. Menambah kepercayaan konsumen
Dengan adanya berbagai kegiatan *outclass* ini, apalagi kunjungan lapangan/*field visit* dengan mengajak kelompok konsumen yang didampingi melihat langsung ke lahan pertanian organik, mengetahui langsung proses budidaya sehingga akan menambah kepercayaan konsumen untuk mengkonsumsi produk sehat
- c. Mendorong interaksi antara produsen dan konsumen
Konsumen akan langsung bisa berdiskusi dengan petani produsen tentang berbagai persoalan yang terkait pembenihan, pengemasan sampai dengan pemasaran, serta analisis biaya produksi sehingga diharapkan akan terjadi pemahaman atau kesepakatan bersama yang mendukung bagi produsen dan konsumen.

Adapun kegiatan yang telah dilakukan dalam *outclass* adalah sebagai berikut:

- a. Kunjungan ke lahan produsen

Kunjungan lapangan merupakan salah satu upaya untuk lebih mempertajam daya analisis bagi kelompok konsumen sehingga mempunyai pemahaman bagaimana proses produksi pangan yang sehat bagi tubuh, belajar teori dan praktek-praktek kecil yang dilakukan di dalam ruangan. Kunjungan lapangan ini memberikan motivasi bagi kelompok



produsen sehingga upaya yang dilakukan untuk proses produksi memberikan jaminan kesehatan bagi konsumen serta membangun kerja sama yang saling menguntungkan antara produsen – konsumen.

b. Survey pasar

Saat ini pangan organik tidak hanya diperdagangkan dalam bentuk segar saja, namun telah banyak pula diperdagangkan dalam bentuk olahan sehingga memberikan konsumen banyak pilihan bagi produk organik yang dikonsumsinya. Namun sayang, kita tidak memiliki data mengenai pasar produk organik di Indonesia. Begitu pula dengan peredaran produk organik yang ada di pasaran, apakah harga yang di pasar terjangkau oleh masyarakat dan yang cukup penting adalah apakah harga yang ada di pasaran menunjukkan harga yang adil bagi produsen dan konsumen ataukah hanya pihak lain yang menikmati keuntungannya?



Untuk mengetahui data dan informasi tentang produk pangan yang beredar di Solo dan Boyolali, maka dilakukan survey pasar bersama dengan kelompok konsumen di pasar tradisional maupun pasar modern. Survey ini bertujuan untuk menggali informasi tentang produk pangan organik apa saja yang beredar dan label kemasan dan harga produk organik yang beredar. Apakah kemasan label yang ada sudah memenuhi ketentuan hak konsumen (nama produk, berat bersih, Ijin depkes/PIRT, kode produksi masa kadaluarsa, dll). Dengan adanya metode survey bersama dengan konsumen ini diharapkan konsumen akan mengetahui produk yang lebih aman dikonsumsi dengan harga terjangkau dan mampu bersikap kritis dengan menyeleksi dan membaca dengan jelas informasi yang terkandung dalam produk tersebut sebelum membeli.

Hasil yang diperoleh dalam survey mengindikasikan bahwa untuk skala lokal di wilayah Surakarta ada beberapa produk organik yang sudah beredar di pasaran terutama di beberapa toko swalayan besar namun masih banyak terbatas produk beras. Namun demikian konsumen perlu bersikap kritis terhadap produk yang ada, terutama harga dan status organiknya. Sedangkan untuk produk pangan olahan konsumen perlu bersikap hati-hati dalam memilih produk yang aman bagi kesehatan.

Sedangkan untuk produk pangan olahan banyak masyarakat konsumen yang dirugikan dengan adanya produk yang beredar di masyarakat. Persoalan lain tidak hanya banyaknya pangan yang mengandung zat pengawet, pewarna dan pemanis yang berbahaya bagi kesehatan tapi juga pada kemasan/label produk pangan yang tidak memenuhi hak konsumen seperti tidak adanya ijin dari Depkes, atau PIRT tapi juga tidak tercantum masa kadaluarsa, kode produksi, dan sebagainya.

c. Forum antar konsumen

Berangkat dari kondisi masyarakat yang semakin sulit untuk menemukan pangan sehat akibat sistem pangan yang tidak ramah lingkungan dan dengan adanya perdagangan bebas, maka konsumen pangan sehat membutuhkan media untuk saling berkomunikasi dan membahas berbagai persoalan yang terkait dengan pangan. Kegiatan yang dapat menjembatani dan menjadi media antar konsumen adalah forum diskusi dan sharing yang membahas tentang pangan sehat. Kegiatan tersebut berbentuk FGD (*Focus Group Discussion*) yang melibatkan kelompok konsumen yang ada di Surakarta. Dalam forum ini diharapkan konsumen akan saling berbagi pengalaman tentang pangan sehat. Selain itu kegiatan ini dapat sekaligus dapat mendorong persepsi/pemahaman tentang produk pangan sehat bagi kelompok konsumen. Sehingga diakhir kegiatan ada beberapa rekomendasi dan tindak lanjut terkait penyadaran konsumen pangan sehat.

d. Pameran

Dalam mendukung proses pendidikan untuk konsumen pangan sehat, dibutuhkan berbagai inovasi kampanye untuk mempromosikan pangan sehat. Untuk menjangkau masyarakat konsumen yang lebih luas dengan melibatkan langsung partisipasi dari kelompok konsumen, maka dilakukan kegiatan pameran produk pangan sehat. Selain memperkenalkan berbagai produk sehat yang dihasilkan oleh petani produsen, pameran ini juga mempunyai tujuan untuk memberikan informasi pada masyarakat luas tentang produk produk pangan sehat. Media-media kampanye, informasi dan edukasi didistribusikan pada setiap pengunjung pameran sehingga diharapkan masyarakat pengunjung pameran yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat ini dapat mengenal, memahami dan pada akhirnya akan mengkonsumsi produk yang lebih sehat. (Sf)



7. Outlet dan Stokis

Oleh: Sri Wahyuningsih

Program Penyadaran Konsumen yang dilakukan oleh Konsorsium Solo Raya, tidak muncul begitu saja. Program ini berangkat atas dasar dari kegiatan yang telah dilakukan selama bertahun-tahun. Kurang lebih 10 tahun, 3 Lembaga yang tergabung dalam Konsorsium ini melakukan pendampingan petani (produsen) dalam pengelolaan usaha tani yang selaras dengan alam. Hasil dari



pendampingan petani tersebut salah satunya adalah produk pangan yang sehat. Produk pangan sehat yang dihasilkan berupa: beras putih, beras merah, kacang tanah, kedelai dan sayur.

Berangkat dari hasil pendampingan dan adanya produk sehat di tingkat petani, Konsorsium menginisiasi adanya kegiatan yang mampu menghubungkan antara apa yang telah dihasilkan petani (produsen) dengan pasar (konsumen). Kemudian diorganisirilah kelompok-kelompok konsumen di kota Solo dan Boyolali. Kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan ibu-ibu PKK dan forum-forum yang diselenggarakan di masyarakat seperti kelompok Pengajian, Paguyuban Ibu-Ibu dan Kelompok Yasinan. Melalui kelompok inilah sebagai pintu masuk untuk lebih memahami pentingnya pangan sehat. Salah satu strategi yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah menyediakan beberapa stokis di wilayah kelompok-kelompok tersebut.

7.1. Stokis

Stokis/Outlet ini merupakan salah satu tempat penyedia produk organik yang dibutuhkan oleh konsumen. Stokis ini penting keberadaanya karena:

- a. Bentuk konkrit upaya petani (produsen) dalam menyediakan produk yang berkualitas
- b. Sebagai bentuk konkrit produsen dalam menyediakan dan melayani konsumen yang telah meningkat kesadarannya serta berubah perilakunya terhadap produk sehat
- c. Mengantisipasi produk-produk yang dijual di pasar tradisional maupun *supermarket* yang dengan beraninya menggunakan label organik yang belum diketahui secara pasti apakah produk tersebut betul-betul organik/sehat.

Adapun tujuan adanya Stokis adalah

- a. Mendekatkan produk pangan sehat bagi konsumen sebagai salah satu bentuk kerjasama antara produsen dan konsumen
- b. Salah satu bentuk media kampanye pangan sehat terutama beras
- c. Sebagai sumber informasi dan pendidikan pangan sehat.

Stokis merupakan salah satu bentuk kerjasama antara produsen dan konsumen dalam penyediaan produk sehat. Kerjasama ini dibangun atas kepercayaan dari kedua belah pihak yang diwujudkan dalam kualitas, kuantitas dan harga yang saling menguntungkan. Secara kualitas produsen menyediakan produk (beras) sesuai dengan standar dan kesepakatan-kesepakatan antara lain: bebas bahan kimia baik pupuk maupun pengendalian hama penyakit, tanpa bahan pemutih, tidak cepat basi, rasa lebih pulen, harga terjangkau dan adil. Secara kuantitas produsen memenuhi kebutuhan konsumen secara kontinyu (tersedia ketika konsumen membutuhkan, tidak perlu menunggu lama). Sedangkan harga merupakan kesepakatan yang dibangun antara produsen dan konsumen yang saling menguntungkan.

Untuk lebih mempererat kerjasama antara produsen dan konsumen, telah dilakukan pertemuan produsen dan konsumen yang dikemas dalam kegiatan kunjungan lahan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk lebih meyakinkan konsumen dan adanya kepercayaan kepada petani dalam budidaya pangan sehat. Konsumen benar-benar turun ke lahan/sawah untuk mengetahui secara langsung proses budidaya pangan sehat.

Selain adanya kunjungan lahan, untuk meyakinkan konsumen terhadap produk pangan sehat, didalam menyediakan produk beras dikemas dalam plastik yang diberi label yang berisi jenis beras, berat bersih, informasi tentang budidaya, siapa yang memproduksi dan Lembaga pendamping petani. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen agar konsumen mengetahui dan memahami produk tersebut. Selain itu, dengan adanya informasi yang lengkap ini, diharapkan dapat membantu konsumen ketika mendapatkan produk yang tidak sesuai (komplain).

Terdapat 18 Stokis pangan sehat yang tersebar di Solo dan Boyolali. Masing-masing Stokis dikelola oleh 2 orang pengelola yang terbagi dalam pengadaan produk dan administrasi pembukuan. Dari 18 Stokis ini terdapat 3 Stokis yang dikelola oleh Lembaga yang tergabung dalam Konsorsium yaitu Stokis Besami, Gita Goes Green dan KSU Bina Bakat. Masing-masing

Outlet dan Stokis Pangan Sehat

1. Outlet Gita Goes Green (3G), Griyan Lama no. 20 Baturan Solo Telp. 0271.710465
2. Outlet KSU Bina Bakat, Bromo RT 05/19 Kadipiro, Solo Telp. 0271.857438
3. Outlet Besami, Jl. Pisang II No. 6, Kerten Solo Telp. 0271.722207
4. Stokis Purwotomo, Jl. Satrio Wibowo No. 5 Solo Telp. 0271.737340
5. Stokis Pajang, Pajang RT 02/V Solo Telp. 0271.717058
6. Stokis Kelurahan Pajang Solo
7. Stokis Sondakan, Tegalrejo RT 02/2 Solo Telp. 0271.724467
8. Stokis Gentan, Perum Griya Yasa Blok AB No. 6 Solo HP. 085229762202
9. Stokis AGCA Center, Jl. Kapten Mulyadi No. 48 Solo HP. 085647093424
10. Stokis Jajar, Gg Mangga 6 No. 1 A Jajar Solo Telp. 0271.9220789
11. Stokis Fajar Indah, Jl. Baturan Indah Utama No. B 243, Perum Fajar Indah Solo HP 085725019131
12. Stokis Jagalan, Jagalan Rt 01/9 Solo Telp 0271.634131
13. Stokis Nusukan, Bonorejo Rt 07/15, Nusukan Solo
14. Stokis Banyuagung, Kadipiro RT 4/2 Solo HP. 081393631161
15. Stokis Sumber, Sumber RT 04/4 Solo Telp. 0271.742393
16. Stokis Driyan, Driyan RT 01/10 Boyolali Telp. 0276.323762
17. Stokis Ngistiharjo, Ngistiharjo RT 02/15 Boyolali HP. 081329491947
18. Stokis Surodadi, Surodadi RT 01/14 Boyolali Telp. 0276.3221227

Stokis memiliki sarana dan prasarana seperti etalase untuk display produk, banner untuk nama Stokis, ATK (Alat Tulis Kantor).

Pengelola Stokis telah dibekali pengetahuan dan ketrampilan dalam melakukan pencatatan dan pelaporan usaha yang dijalankan. Pengelola telah dilatih dan diberi assistensi oleh pendamping untuk pencatatan usaha yang dijalankan.

7.2. Produsen Pangan Sehat

Sudah disebutkan dimuka bahwa produsen yang melayani konsumen pangan sehat adalah kelompok tani yang didampingi oleh lembaga yang tergabung dalam KSR. Karena kelompok tersebut didampingi oleh lembaga, maka kualitas produknya dapat terjaga. Dalam hal ini lembaga pendamping dapat dikatakan sebagai penjamin terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

Lokasi produsen berada di wilayah kabupaten Wonogiri dan Boyolali. Produk utama yang dihasilkan adalah beras. Jenis beras yang dihasilkan yaitu IR 64, Pandan wangi, Menthik wangi, Menthik susu, Membramo, Ciherang, Beras Merah dan Beras Hitam. Produk lain yang dihasilkan adalah kacang tanah, kedelai, kacang hijau. Beras Merah banyak dihasilkan oleh Kelompok Tani di lahan kering.

7.3. Konsumen Pangan Sehat

Konsumen produk pangan sehat tidak terbatas pada kelompok-kelompok yang diorganisir. Akan tetapi konsumen di luar kelompok justru yang harus dikembangkan. Kelompok yang diorganisir hanyalah kelompok kecil yang diharapkan mampu menyebarluaskan pangan sehat. Meskipun kecil, kelompok-kelompok yang diorganisir diharapkan mampu menggerakkan kelompok-kelompok diluar mereka untuk menjadi konsumen yang lebih kritis dan mandiri.

Konsumen pangan sehat tersebar di wilayah Solo dengan jumlah kelompok inti 3 kelompok yaitu Sondakan, Purwotomo dan Pajang. Di Boyolali dengan jumlah kelompok inti 7 kelompok. Selain kelompok inti tersebut, terdapat konsumen diluar kelompok yang merupakan rekan, mitra anggota KSR.

7.4. Mekanisme Kerjasama antara Produsen dan Konsumen

Mekanisme untuk pengadaan produk lewat Stokis tidak bisa dilakukan sendiri oleh konsumen yang memiliki Stokis. Pengadaan produk difasilitasi oleh Stokis masing-masing lembaga dalam Konsorsium sebagai bagian unit usaha Koperasi, kecuali Outlet Besami. Stokis Koperasi lembaga akan melakukan pengadaan produk sesuai dengan permintaan Stokis di kelompok. Masing-masing Stokis membutuhkan jenis beras yang berbeda-beda, tergantung selera masing-masing konsumen.

Stokis Lembaga akan memberikan harga yang berbeda ketika memasok produk ke Stokis Konsumen. Artinya ada selisih harga untuk Stokis konsumen dan Stokis yang dikelola Lembaga. Kemudian Stokis Konsumen akan menaikkan harga sedikit. Dengan demikian Stokis konsumen akan memperoleh laba meskipun sedikit. Laba ini akan kembali ke konsumen sebagai anggota kelompok. (YYK)

8. Pengembangan Kader dalam kegiatan penyadaran konsumen

Oleh: Muladiyanto

Pengkaderan memiliki peran penting dalam kelangsungan organisasi maupun melanjutkan kegiatan-kegiatan organisasi ke tingkat yang lebih tinggi. Demikian pentingnya pembentukan kader dalam organisasi menjadikan bagian pengkaderan dalam organisasi memiliki peran sentral untuk menyediakan stok kader agar sebuah organisasi bisa tetap hidup. Kaderisasi adalah proses pendidikan jangka panjang untuk menanamkan nilai-nilai tertentu kepada seorang kader sebagai penerus sebuah organisasi atau kelompok.

Dalam sebuah organisasi salah satu pondasi yang diperlukan adalah kaderisasi. Kaderisasi dalam sebuah organisasi dapat diartikan sebagai sebuah proses penurunan nilai kepada individu dimana nilai-nilai itu adalah sesuatu yang memang dibutuhkan untuk menyiapkan individu tersebut melaksanakan tujuan organisasi yang mengkadernya. Kaderisasi merupakan intinya dari kelanjutan perjuangan organisasi ke depan. Tanpa kaderisasi, rasanya sangat sulit dibayangkan sebuah organisasi dapat bergerak dan menjalankan organisasi dengan baik. Fungsi dari kaderisasi adalah mempersiapkan calon yang siap melanjutkan tongkat estafet perjuangan sebuah organisasi. Kader suatu organisasi adalah orang yang telah dilatih dan dipersiapkan dengan berbagai keterampilan termasuk disiplin ilmu, sehingga dia memiliki kemampuan yang dapat meneruskan kegiatan-kegiatan yang sudah disusun.

Kelompok PKK adalah sebuah organisasi masyarakat yang dibentuk untuk mensejahterakan anggotanya yang semua anggotanya adalah ibu rumah tangga. Sebagai ujung tombak dalam kesejahteraan keluarga kelompok PKK ini juga dan harus melakukan pengkaderan untuk melanjutkan kegiatan dan perjuangan bersama dari kegiatan yang sudah disusun. Dalam kegiatan Konsorsium Solo Raya (KSR)



kelompok PKK merupakan kelompok terdepan dalam penyadaran dan pendidikan pangan sehat, sehingga keberadaan kelompok ini sangat penting. Proses pendidikan kader juga harus dilakukan karena kegiatan ini tidak akan terputus ditengah jalan. Konsumen adalah rantai

terakhir yang penting diperhitungkan dalam perdagangan produk organik. Secara khusus konsumen mempunyai hak untuk membeli dan memilih produk pangan yang diinginkan. Mereka mempunyai pandangan, wawasan tentang sebuah produk sehingga secara matematika akan berhitung mana produk yang akan dibeli. Untuk memudahkan dalam rantai pemasaran sebuah produk pertanian khususnya pangan sehat, salah satu cara yang mudah adalah melalui pengorganisasian. Pengorganisasian merupakan serangkaian proses kegiatan untuk memampukan/memberdayakan anggota masyarakat yang mempunyai tujuan bersama. Kelompok konsumen dalam hal ini adalah kelompok PKK harus diperkuat dalam pengorganisasiannya.

Pengkaderan merupakan salah satu, sebuah organisasi akan kuat apabila pengkaderan anggotanya dapat berjalan dengan baik. Pengkaderan dimulai dari proses pendidikan tentang organisasi kepada anggota.

Dengan berorganisasi atau berkelompok tujuan lebih mudah dicapai. Dapat dipakai sebagai tempat belajar, dalam kelompok akan dapat membangun solidaritas, merasa senasib, dll. Masyarakat Indonesia sejak dulu sudah terbiasa bekerja dalam kelompok dengan bentuk yang sesuai dengan budaya dan kondisi lokal yang ada. Dengan berkelompok akan lebih mudah mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan, dibandingkan bila bekerja sendiri. Kelompok merupakan wadah belajar bersama dimana masyarakat bisa saling bertukar pengalaman dan pengetahuan. Berkelompok dapat membangun solidaritas antara kelompok konsumen lain

8.1. Aspek penting yang perlu diperhatikan ketika membentuk kelompok

Aspek penting yang perlu diperhatikan ketika membentuk kelompok:

- a. Keanggotaan tidak terikat oleh jumlah, contohnya: tidak harus seluruh KK pada RT, cukup 10 atau 15 orang, per dasawisma. Karena sifatnya yang partisipatif dan arahnya pemberdayaan, maka yang terpenting bukanlah jumlah, melainkan minat anggota untuk melakukan kegiatan secara bersama dan teratur. Lebih baik kelompok dengan jumlah kecil terdiri dari orang-orang yang berminat daripada kelompok berjumlah



besar dimana anggotanya hanyalah semu belaka. Diharapkan kelompok tidak jumlahnya banyak, namun bisa efektif. Orientasi kegiatan berdasarkan kebutuhan, bukan komoditasnya, misalnya belajar tentang pangan sehat. Kelompok sebagai pelaku utama pengambilan keputusan. Dalam hal ini merekalah yang merumuskan permasalahan yang mereka hadapi, mencari jalan ke luar ataupun mengusulkan kegiatan dan pihak luar

hanya mendampingi. Dengan demikian pengorganisasian berpedoman dari, oleh dan untuk masyarakat.

- b. Orientasi kegiatan berdasarkan kebutuhan, bukan ditentukan oleh pihak luar
- c. Aspek keswadayaan tercermin dalam setiap kegiatan termasuk pembiayaan, bisa dengan iuran, atau pemateri dari kalangan sendiri
- d. Kelompok sebagai pelaku utama pengambilan keputusan. Contoh teori *food combining* yang menurut ibu-ibu sulit diterapkan, maka kelompok yang akan mengambil keputusan untuk menerapkan atau tidak.
- e. Demokratis, terbuka/ transparan, setiap orang bisa mengemukakan pendapat
- f. Dalam perjalanan pendampingan kelompok, kader perlu memperlihatkan sikap yang demokratis, terbuka atau transparan. Sikap ini perlu pula ditanamkan kepada kelompok, terutama kepada pengurus kelompok agar bersikap demokratis dalam arti mempertimbangkan setiap pendapat anggota dan terbuka mengenai segala hal, termasuk keuangan kelompok.
- g. Berwawasan lingkungan dan budaya, misalnya belum makan nasi berarti belum makan
- h. Mengoptimalkan sumber daya lokal
- i. Peran masyarakat semakin meningkat, peran pendamping semakin berkurang.

8.2. Proses pengorganisasian

Tahap I: Penumbuhan Kelompok

Bisa dibicarakan bersama warga bagaimana cara melibatkan mereka, dan perlu mengunjungi mereka secara informal. Kunjungan ini bermaksud menjawab keragu-raguan mereka dan dimana kita mengharapkan keikutsertaan mereka. Dalam penumbuhan kelompok bisa melibatkan warga, mengunjungi orang perorangan untuk membuat pengorganisasian sehingga diharapkan banyak anggota yang terlibat.

Topik yang bisa didiskusikan antara lain:

- a. Siapakah yang berminat akan kegiatan yang direncanakan (apakah ada warga lain yang berminat)
- b. Apakah perlu membentuk suatu kelompok
- c. Ataukah bergiat dengan kelompok yang sudah ada
- d. Ataukah kombinasi antara warga baru dan kelompok lama
- e. Ataukah masyarakat lebih suka bekerjasama tidak dalam kelompok.



Fungsi kader akan tergambarkan dalam kegiatan yaitu memfasilitasi kelompok atau individu baru untuk membuat kelompok atau melakukan kunjungan ke kelompok baru. Kader dapat memfasilitasi pemahaman akan makna berkelompok, kesepakatan akan aturan main kelompok (termasuk hak dan kewajiban anggota dan pengurus, bagaimana proses pengambilan keputusan), kepengurusan (apa perlu bendahara, sekretaris dan ketua) dan juga perencanaan kelompok lainnya. Pemilihan pengurus bisa dimulai, setelah kriteria pengurus disetujui bersama. Makna keswadayaan juga perlu dibicarakan sejak awal proses bersama masyarakat. Didalam kelompok baru awalnya harus melakukan kesepakatan-kesepakatan, misalnya nama kelompok, jadwal pertemuan, tempat pertemuan dll.

Peran kader:

- a. Mendampingi masyarakat mendiskusikan mengenai berbagai hal, mendampingi dalam administrasi, penetapan ketua, sekretaris, iuran kelompok, dll.
- b. Melakukan kunjungan informal kepada berbagai warga masyarakat
- c. Mendampingi masyarakat dalam administrasi kelompok
- d. Memberikan pemahaman akan makna berkelompok dan keswadayaan
- e. Melatih masyarakat dalam Manajemen Kelompok

Tahap II: Penguatan Kelompok

- a. Tujuan tahap Penguatan Kelompok untuk menumbuhkan kemampuan kelompok dalam mengelola permasalahan organisasinya, mengidentifikasi permasalahan dan mencari jalan keluar serta segala hal yang diperlukan agar kelompok bisa mulai mandiri.
- b. Dalam tahap ini, pelatihan dan segala kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, ketrampilan teknis dan non teknis diberikan.

Peran anggota dalam tahap penguatan kelompok:

1. Berperan aktif dalam menjalankan kegiatan kelompok, memonitor dan mengevaluasinya
2. Memikirkan bentuk-bentuk keswadayaan yang bisa disediakan dalam menjalankan kegiatan (seperti menyediakan tempat dan sarana pertemuan, menyediakan bahan-bahan ujicoba, dll.)
3. Mengikuti pelatihan dan studi banding serta mensosialisasikan ilmu dan pengalaman yang didapat kepada anggota lain.
4. Memfasilitasi kebutuhan kelompok, misalnya: anggota yang dikirim untuk mengikuti pelatihan tertentu harus bisa mentransfer informasi kepada anggota. Memfasilitasi pemecahan konflik internal yang mempengaruhi perkembangan kelompok, konflik bisa muncul karena keuangan, kegiatan, keluarga. Membagi pengalaman dalam kelompok. Memfasilitasi pelatihan tematik yang diperlukan (misalnya pelatihan cara memilih beras

sehat). Memfasilitasi kegiatan yang sudah direncanakan, misal: kader mengingatkan jenis kegiatan dan mempersiapkan kegiatan.

Tahap III: Pemandirian Kelompok

Tujuan:

- a. Mampu menjalankan kegiatan sendiri
- b. Mampu memanfaatkan SDM dan SDA setempat seoptimal mungkin.

8.3. Proses Belajar Kader Organisasi

Sebelum menjadi kader sebuah organisasi setiap calon kader atau anggota organisasi harus memahami tehnik dan cara bagaimana menjadi seorang kader yang baik dan handal sehingga nantinya kader tidak ragu dalam mengambil keputusan dalam setiap kegiatan atau keputusan yang dibuat oleh kelompok. Berbagai cara dan teori menggambar cara pengkaderan yang baik untuk organisasi. Salah satunya adalah mengerti dan memahami cara-cara belajar orang dewasa.

- a. Pedagogi yang akar-katanya berasal dari kata: paid (=kanak-kanak) dan agogos (=memimpin). Pedagogi, dengan demikian berarti memimpin kanak-kanak; atau diperdefinisi diartikan secara khusus sebagai "suatu ilmu dan seni mengajar kanak-kanak".
- b. Andragogi berasal dari dua kata : andra (=orang dewasa) dan agagos (=memimpin) andragogi kemudian dirumuskan sebagai "suatu seni dan ilmu untuk membantu orang dewasa belajar"

Sedangkan untuk memahami, perbedaan antara pengertian pedagogi dan andragogi, ada empat hal yaitu:

- a. Citra diri
Citra diri seorang kanak-kanak adalah bahwa dirinya tergantung pada orang lain
- b. Pengalaman
Orang dewasa dalam hidupnya mempunyai banyak pengalaman yang sangat beragam
Kesiapan belajar
- c. Dalam pendekatan andragogi, maka peserta didiklah yang memutuskan apa yang akan dipelajari, berdasarkan kebutuhannya sendiri. Disini, guru hanya berfungsi sebagai fasilitator
- d. Arah belajar
Dalam pendekatan andragogi, belajar dipandang sebagai suatu proses pemecahan masalah ketimbang sebagai proses pemberian mata pelajaran tertentu. Karena itu andragogi merupakan suatu proses penemuan dan pemecahan masalah nyata pada masa kini.

Prinsip-prinsip belajar untuk orang dewasa

1. Orang dewasa belajar dengan baik apabila terlibat secara penuh dalam pelaksanaan
2. Orang dewasa belajar dengan baik apabila temanya berkaitan dg kehidupan sehari-hari
3. Orang dewasa belajar dengan baik apabila yg dipelajari bermanfaat dan praktis
4. Orang dewasa belajar dengan baik apabila ada dorongan secara terus menerus dan mengulang-ulang
5. Orang dewasa belajar dengan baik apabila materi belajar berkaitan dengan pengalaman
6. Orang dewasa belajar dengan baik apabila ada saling pengertian antar warga belajar dan tutor

Karakteristik orang dewasa

1. Orang dewasa mempunyai pengalaman-pengalaman
2. Orang dewasa lebih suka diberi saran daripada digurui
3. Orang dewasa lebih suka dihargai
4. Orang dewasa lebih suka terhadap hal-hal yang praktis
5. Orang dewasa membutuhkan waktu yg lebih lama untuk bergaul lebih akrab dg orang luar

Karakteristik tutor:

1. Menjadi anggota dari kelompok belajar
2. Mampu menciptakan iklim belajar-mengajar
3. Mempunyai rasa tanggung jawab yg tinggi, rasa pengabdian, dan idealisme untuk kerja
4. Menyadari kelemahannya, bersifat terbuka
5. Dapat melihat permasalahannya dan menentukan pemecahannya
6. Peka dan mengerti perasaan orang lain
7. Mengetahui bagaimana meyakinkan dan memperlakukan orang lain
8. Selalu optimis dan mempunyai itikad baik terhadap warga belajar
9. Menyadari bahwa segala sesuatu mempunyai segi positif dan negatif
10. Kreatif terhadap pengembangan media belajar (peraga)

Langkah –langkah pelaksanaan andragogi:

1. Menciptakan iklim untuk belajar
2. Menyusun suatu bentuk perencanaann kegiatan bersama dan saling membantu
3. Menilai atau mengidentifikasi minat, kebutuhan, dan nilai-nilai
4. Merumuskan tujuan belajar
5. Merancang kegiatan belajar
6. Melaksanakan kegiatan belajar
7. Mengevaluasi hasil belajar (Menilai kembali pemenuhan minat, kebutuhan dan pencapaian nilai-nilai)

Siklus proses belajar untuk orang dewasa:

1. Mengungkap fakta (pengalaman) warga belajar dengan berbagai cara (dinamis dan menyenangkan)
2. Selanjutnya temuan fakta di visualisasikan
3. Analisa temuan / fakta (pengalaman)
4. Mendiskusikan hasil dari analisa
5. Merumuskan dan penyimpulan materi belajar



Kaderisasi organisasi atau kelompok adalah sebuah proses. Kaderisasi ini sejatinya harus sebagai dasar dalam pembentukan dan pembinaan kader-kader organisasi yang handal, cerdas dan matang secara intelektual dan psikologis.

Pemimpin artinya mampu menyelami perasaan serta pikiran orang atau anggotanya serta mampu memberikan sebuah inspirasi dan membangun keberanian orang agar mampu berkarya secara maksimal dalam lingkungan maupun tugasnya. Sedangkan faktor yang lain perlu dipertimbangkan dalam hal kaderisasi adalah potensi dasar sang kader. Potensi dasar tersebut sesungguhnya telah dapat dibaca melalui perjalanan hidupnya. Sejauh mana kecenderungannya dan sensitifnya terhadap masalah-masalah sosial yang terjadi dilingkungannya. Harus ditemukan mencari bibit-bibit unggul yang mampu mengembangkan program-program kegiatan yang sudah disusun atau mampu berinisiatif sendiri untuk mengembangkan kegiatan.

9. Pengembangan media kampanye, informasi dan edukasi

Oleh: Nana Suhartana

Dalam dunia modern ini ada banyak media kampanye yang bisa kita lakukan. Pada model pendekatan komunikasi dan pengorganisasian lama, kita lebih bertumpu pada kekuatan untuk pendekatan secara pribadi atau kelompok, dengan demikian, maka semua pihak yang terlibat menjadi saling kenal dan memiliki kedekatan yang kuat. Pada model media modern, banyak media yang bisa digunakan dengan model interaksi searah atau timbal balik. Media modern pada satu sisi berguna untuk menyebarkan informasi kepada khalayak yang lebih luas, pada sisi lain juga bisa mendekatkan interaksi antara penyedia media (pemilik akun) dengan pihak lain. Jejaring pertemanan yang saat ini booming di Indonesia menjadi salah satu model pendekatan media yang bisa kita lakukan.

Dalam kampanye pangan sehat, kegiatan utama yang dilakukan adalah pengorganisasian, hal ini karena tujuan kita adalah untuk menciptakan kader yang potensial dengan munculnya kader maka akan lebih mudah untuk memperluas wilayah pengorganisasian dan menciptakan kesadaran konsumen terhadap pangan sehat yang lebih luas.

Untuk kegiatan pengorganisasian, tentu saja perlu mendapat dukungan dengan menciptakan media kampanye yang informative sehingga ada dukungan yang lebih kuat dalam usaha pengorganisasian konsumen pangan sehat.

Kita menyadari bahwa konsumen pangan sehat tidak harus selalu mengkampanyekan pangan sehat tersebut, memang pada tahap awal hal ini sangat penting supaya konsumen bisa menyadari dan terbangkitkan kesadarannya terhadap permasalahan yang ada di sekitar mereka berkaitan dengan ketersediaan pangan sehat dan ancaman yang ada didepan mereka. Pada sisi lain, dengan kampanye pangan sehat, berarti kita juga mengkampanyekan produk organik. Produk ini bisa dikatakan sebagai produk yang special karena berbeda dengan apa yang ada di pasaran pada umumnya. Sehingga membutuhkan kemasan yang berbeda dan menciptakan target pasar yang khusus pula. Untuk itulah, media kampanye pada satu sisi berfungsi sebagai media penyadaran konsumen dan pada sisi lain adalah untuk menciptakan gaya hidup yang sehat.

Dalam mewujudkan media yang ada, perlu dilakukan perencanaan strategis, hal ini karena Konsorsium Solo Raya (KSR) adalah sebagai kelompok baru, walaupun anggotanya sudah lama bekerjasama dengan berbagai pihak yang terlibat, tetapi untuk memulai, dibutuhkan model sosialisasi KSR dari segi visi dan misi yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan. Salah satu kegiatan untuk meraih jangkauan yang luas adalah bagaimana bisa mempengaruhi pemikiran dan kebijakan dari para pemangku kepentingan. Salah satu model media sosialisasi yang dilakukan adalah dengan mengadakan "*focus group discussion*" (FGD) di dua wilayah kerja

(Boyolali dan Solo) bersama dengan beberapa perwakilan sekolah dan beberapa dinas terkait (Pendidikan, Pertanian, Kesehatan, Perindustrian) dengan mengambil satu topik tentang kantin sehat. Dalam sosialisasi ini, kita mengajak seluruh elemen berpengaruh untuk memikirkan bagaimana menciptakan kantin yang sehat di sekolah, supaya anak-anak bisa mendapatkan makanan yang sehat. Hal ini juga berkaitan dengan banyaknya jajanan anak yang tidak sehat baik di sekitar rumah maupun di sekolah sendiri. Dengan cara seperti ini, maka seluruh pemangku kepentingan tergerak untuk bekerjasama membangun sinergi menciptakan kantin sekolah yang sehat. Dari situ juga muncul kerjasama sekolah dan dinas terkait sebagai tindak lanjut dari kesepakatan yang mereka buat sendiri.

Sosialisasi lain yang digunakan sebagai media kampanye pangan sehat adalah langsung mendatangi sekolah untuk bertemu dengan manajemen sekolah dan orang tua murid. Dengan model sosialisasi ini, maka kampanye pangan sehat berusaha lebih mendekati dengan penerima manfaat. Media yang digunakan adalah diskusi dan penjelasan yang informatif untuk menggugah orang tua murid supaya bisa menyediakan makanan dan jajanan yang sehat kepada anak-anaknya. Hal ini juga berhubungan dengan kebijakan yang bisa muncul di tingkat sekolah dengan pendapat dan harapan yang disampaikan oleh orang tua murid.

Dengan keterbatasan dana yang dimiliki, KSR melakukan kampanye pangan sehat bekerjasama dengan organisasi lain, hal ini terutama untuk media radio. Di Solo ada beberapa organisasi yang memiliki spot siaran radio di beberapa radio swasta, dengan bekerjasama mengisi acara, maka KSR tidak mengeluarkan biaya dalam melakukan kampanye pangan sehat. Model kerjasama ini tentunya saling memberikan keuntungan di kedua belah pihak.

9.1. Modul Penyadaran Konsumen

Pada tahap awal, Jaker PO merumuskan pembuatan modul penyadaran konsumen, hal ini sudah di uji cobakan di beberapa kelompok ibu-ibu apakah modul tersebut bisa berjalan dengan baik. Setelah itu, modul diperbaiki bersama oleh KSR dan selanjutnya dicetak. Modul penyadaran konsumen digunakan sebagai dasar dalam pengorganisasian konsumen di tingkat basis. Dengan adanya modul tersebut, maka fasilitator dan peserta bisa saling belajar dan mengikuti kurikulum yang ada dalam modul. Pembuatan modul pada tahap awal pengorganisasian ternyata sangat membantu, karena dengan adanya materi yang sudah disiapkan sejak awal, akan membantu dalam proses pembelajaran. Sebagaimana pengalaman modul lainnya, maka dalam pelaksanaan akan



ditemukan banyak hal yang bisa digunakan untuk memperbaiki modul tersebut. Semakin banyak perbaikan yang diperlukan, berarti dalam proses pembelajaran telah terjadi inovasi-inovasi. Dengan adanya inovasi ini, maka terbukti bahwa proses pembelajaran telah berlangsung dengan baik dan mendapatkan respon dari peserta.

9.2. Newsletter

Sementara untuk media cetak dan elektronik yang digunakan adalah terutama dengan menerbitkan *newsletter* sederhana dengan harapan tetap bisa terbit secara berkelanjutan dan memiliki isi yang memang dibutuhkan oleh konsumen pangan sehat. *Newsletter* terbit secara berkala dan dibagikan kepada kelompok konsumen yang ada serta masyarakat konsumen lainnya. Dengan adanya newsletter, maka terjadi perluasan kampanye penyadaran konsumen, bukan hanya ibu-ibu peserta kelompok, tetapi juga anggota keluarganya serta masyarakat lainnya. Dari informasi yang diperoleh dari pembaca, mereka merasakan manfaat dari newsletter tersebut, hanya saja untuk ukuran font yang kecil menyulitkan mereka membacanya. Kesulitan kami adalah karena newsletter hanya empat halaman bolak-balik, sementara isi yang ingin kami masukkan diharapkan bisa mencakup beberapa topik yang berhubungan, sehingga hal ini menyulitkan dalam tata letaknya. Pada dasarnya, konsumen mengakui bahwa dengan adanya *newsletter* tersebut bisa menambah wawasan mereka.

9.3. Flyer

Flyer ini lebih ditujukan untuk mempromosikan produk dan menginformasikan kepada masyarakat bahwa di beberapa tempat telah tersedia stokis untuk pangan sehat, terutama beras. *Flyer* bersisi bahasa sederhana supaya konsumen bisa langsung mengerti apa isinya. Gambaran tentang produk disampaikan dalam *flyer*, supaya konsumen bisa lebih mengenal produk yang ditawarkan, dengan demikian rantai antara pengorganisasian konsumen dan stokis sebagai media pendukung proses penyadaran konsumen bisa menyatu dalam sebuah integrasi proses penyadaran konsumen.

9.4. Spanduk stokis

Saat ini terdapat 3 buah outlet dan 14 stokis yang tersebar di Solo dan Boyolali. Stokis berada di lingkungan kelompok konsumen yang diorganisir, untuk mendukung gerakan penyadaran konsumen. Dengan mendekati produk kepada konsumen, maka proses penyadaran bisa berjalan selaras dengan kebutuhan konsumen. Guna memperluas fungsi dari stokis yang bukan hanya untuk kebutuhan kelompok, maka setiap stokis disediakan spanduk yang seragam di semua stokis supaya setiap kali konsumen melihat spanduk tersebut, mereka langsung tahu bahwa produk yang dijual adalah produk pangan sehat. Spanduk stokis ini ternyata mampu menarik minat masyarakat sekitar untuk mengkonsumsi produk pangan sehat, karena di dalamnya bukan hanya untuk menjual produk, tetapi juga tersedia informasi yang dibutuhkan

oleh masyarakat. Pengelola stokis juga berperan sebagai informan pangan sehat yang bisa langsung ditanyakan dan didiskusikan di setiap stokis.

9.5. Blog dan Website pangan sehat

Selain mengorganisir kelompok konsumen secara langsung, KSR juga mengembangkan media virtual yang ditujukan kepada masyarakat pengguna internet dengan target area yang tidak terbatas. Media yang digunakan adalah website dan blog pangan sehat yang menyatu dalam satu alamat: <http://casoloraya.weebly.com>. Website ini menginformasikan kegiatan yang dilakukan oleh KSR dan untuk penambahan pengetahuan tentang pangan sehat ada di blog. Media ini sangat membantu kosumen untuk mengerti lebih jauh apa yang sudah dilakukan oleh KSR.



BAB III TESTIMONI



Nanik Sri Sukarni Suyanto

Saya Nanik Suyanto, umur kurang lebih 59 tahun. Saya tinggal di Pajang RT 02 RW V kelurahan Pajang kota Solo. Kelurahan Pajang merupakan kelurahan yang memiliki wilayah luas dan jumlah warga yang besar, karena terdiri dari 16 RW. Kondisi masyarakat di sekitarnya termasuk kelas menengah ke atas, kita dapat melihat dari bangunan rumah dan sarana-sarana yang dimiliki warga. Saya adalah ibu rumah tangga sekaligus seorang pengusaha, anak saya 3 orang perempuan semua dan seorang suami. Tingkat pendidikan anggota keluarga saya termasuk tinggi, ketiga anak saya telah menyelesaikan studinya sampai tingkat sarjana dan saya hanyalah sampai sarjana muda. anak perempuan saya yang kedua bekerja di Luar Negeri (Hongkong) sebagai Konselor. Saat ini saya hanya tinggal dengan 1 anak bungsu dan suami. Usaha yang saya jalankan adalah pelipatan amplop yang melayani perusahaan-perusahaan besar seperti Bank, Teh Gunung Subur, Perusahaan Rokok dll. Saya memiliki banyak kegiatan di luar rumah. Kegiatan saya mulai dari kegiatan kemasyarakatan sampai dengan kegiatan yang berhubungan dengan program-program pemerintah kota Solo.



Meskipun banyak kegiatan, saya tidak melewatkan waktu untuk menyempatkan diri menyediakan menu bagi keluarga. Saya memang cukup ahli dalam masak-memasak mulai dari kue sampai dengan berbagai hidangan lauk-pauk dan aneka sayur. Keahlian dalam menyediakan menu keluarga ini, saya peroleh dengan praktek dan ujicoba sendiri.

PKK merupakan salah kegiatan yang telah sekian lama saya jalani. Karena begitu lamanya kegiatan tersebut dijalankan dan ditekuni, menempatkan saya pada peran penting dalam organisasi tersebut. Saya ketua Pokja Pangan kelurahan Pajang dan sekretaris PKK kecamatan Laweyan. Sebagai ketua Pokja Pangan tentu saja kegiatan yang dilakukan adalah yang berkaitan dengan pangan.

Kurang lebih 7 bulan saya aktif sebagai koordinator Kelompok Pangan Sehat kelurahan Pajang yang difasilitasi KSR (Konsorsium Solo Raya) yang melaksanakan program Pangan Sehat. Saya sangat respect terhadap kegiatan ini, disamping sebagai tempat

“Perubahan yang saya alami ketika mengonsumsi beras sehat adalah tidak pernah menyisakan nasi, nasi lebih enak, tahan lama, warna tidak berubah, mengonsumsi beras sehat, badan terasa lebih sehat dan lebih baik”

belajar, melalui forum ini saya bisa meningkatkan kapasitas sebagai ketua Pokja Pangan kelurahan lewat pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh.

Dalam penyediaan menu sehari-hari saya belum mengetahui banyak terhadap bahan-bahan yang akan dimasak. Apakah bahan-bahan tersebut sehat, aman bagi keluarganya. Bahan-bahan tersebut saya beli dari warung dan pasar Jongke. Seiring dengan kegiatan yang diikuti pada Forum Pangan Sehat, saya mulai mengerti dan memahami akan pangan sehat. Contoh : dalam memilih beras, sebelum belajar banyak dengan kelompok yang difasilitasi Gita Pertiwi dalam memilih beras saya memilih beras yang warnanya putih, mengkilat dan utuh. Sekarang saya lebih banyak mengkonsumsi beras sehat (tidak memakai bahan kimia dan warna tidak menjadi masalah), bahan lauk sehari-hari yang tidak mengandung formalin (tahu, bakmi, bakso, ikan asin, teri, bandeng). Dalam memilih bahan pangan yang sehat saya tidak memikirkan harga. Misalnya saya membeli tahu yang isinya 10 harganya 2000, mulai sekarang memilih tahu yang harganya 2000 dapat 5. Kemudian untuk memilih bahan lain saya mulai melakukan test terlebih dahulu untuk mengetahui kadar formalinnya. Sedangkan untuk mengurangi bahan pangan yang mengandung formalin saya mulai mengurangi dengan merendam terlebih dahulu. Perubahan yang saya alami ketika mengkonsumsi beras sehat adalah tidak pernah menyisakan nasi, nasi lebih enak, tahan lama, warna tidak berubah, mengkonsumsi beras sehat, badan terasa lebih sehat dan lebih baik.

Pelajaran berharga yang saya petik adalah paling tidak bisa menyelamatkan keluarga dari makanan yang kurang sehat (dari bahan kimia, pewarna dan pemanis) sehingga kesehatan keluarga bisa terjaga. (YYK)

Harti Bambang Sakri

Nama saya Bu Bambang, tinggal di Bratan RT 03 RW VI Pajang. Saya seorang janda memiliki 3 orang anak. Anak sulung saya telah berkeluarga, sedangkan anak no 2 dan 3 belum berkeluarga. Saya murni sebagai ibu rumah tangga dan aktif dalam PKK RT, RW dan kelurahan Pajang. Kegiatan sehari-hari bu Bambang mengurus rumah tangga. Kondisi wilayah tempat tinggal saya termasuk klas menengah ke bawah. Pengetahuan saya akan pangan sehat, baru diperoleh ketika bergabung dalam kelompok Pangan Sehat Kelurahan Pajang yang difasilitasi KSR. Sebelum bergabung dengan kelompok, untuk pemenuhan bahan pangan saya kurang memperhatikan apakah bahan tersebut sehat atau tidak. Dalam membeli beras saya memilih beras yang warnanya putih dan utuh. Saya biasa membeli bahan pangan terutama beras di warung atau pasar.



Saya punya pengalaman menarik. Saya memiliki keluhan kesehatan tentang kaki yang ngilu-ngilu. Tetapi entah ini berpengaruh atau tidak, semenjak mengkonsumsi beras sehat keluhan tersebut semakin lama semakin hilang. Pengalaman menarik lainnya adalah ketika mengkonsumsi beras, anak-anak merasa bahwa nasi yang dimakan kalau tidak dengan lauk yang berbau amis-amisan (ayam, bandeng, lele dll) terasa tidak enak. Tetapi ketika beralih mengkonsumsi beras sehat, anak-anak merasakan tanpa lauk amis-amisan tidak masalah. Berarti dalam penyediaan makanan sehari-hari kuncinya ada pada beras/nasi. Perubahan lain yang saya rasakan adalah dengan mengkonsumsi beras sehat kenyangya lebih lama, nafsu makan bertambah, dan lebih bertenaga. (YYK)

“Penyediaan makanan sehari-hari kuncinya ada pada nasi yang sehat, tanpa lauk amis-amisan tidak masalah”

Haryanti Subur

Saya berusia 48 tahun, tinggal di Sidodadi Rt 06/I Pajang, Solo. Saya memiliki 3 orang anak: yang masih sekolah 1 orang dan dewasa 2 orang. Tempat tinggal saya, termasuk kelas menengah. Keluarga saya secara ekonomi ya cukupan saja. Saya mengurus anak-anak di rumah dan suami



saya bekerja di Dinar Hadi. Anak saya yang dewasa sudah bekerja sebagai pramugari dan polisi, yang kecil masih sekolah di SLTP. Orang mengira saya ini gemuk dan subur, karena nama saya bu Subur, tapi saya ini kurus, kayak orang kekurangan gizi. Saya sering konsultasi dengan dokter, trus disuruh makan mie dan minum susu setiap malam. Mi yang dianjurkan bebas mi apa saja bisa dimakan. Yang mengherankan anjuran dari dokter ini tidak saja untuk saya tetapi juga seluruh anggota keluarga. Tetapi apa yang terjadi sekarang ? kondisi tubuh saya tetap kecil dan terkesan kurus.

Kebiasaan anak-anak saya dalam mengkonsumsi jajanan anak kayaknya juga mempengaruhi kondisi tubuh anak-anak. Mereka sering makanan jajanan yang lewat di depan rumah. Mulai dari bakso ojek, siomay, makanan berwarna dan makanan anak-anak yang dikemas menarik.

Saya bergabung ke dalam kelompok yang membahas masalah konsumen dan pangan sehat kurang lebih 7 bulan. Kelompok ini merupakan kelompok dari pokja Pangan, pengurus Posyandu dan perwakilan dari 16 RW kelurahan Pajang. Kelompok Pangan Sehat begitu namanya, kelompok ini merupakan kelompok yang difasilitasi oleh Konsorsium Solo Raya untuk mengkampanyekan isu-isu pangan sehat dan menjadikan kelompok sebagai kelompok konsumen kritis. Dalam kelompok ini saya merasakan adanya manfaat terutama mengenai

produk-produk pangan yang selama ini dikonsumsi. Manfaat tersebut ternyata tidak hanya secara teori yang didapat tetapi juga adanya praktek-praktek semakin menambah pemahaman saya untuk semakin selektif terhadap produk pangan yang dikonsumsi.

Perubahan nyata yang saya alami adalah untuk anak-anak, mereka mengurangi 60% makanan jajanan yang tiap hari lewat di depan rumahnya (bakso ojek, siomay, makan ringan kemasan dll). Di tingkat keluarga mulai mengkonsumsi beras sehat, yang dalam proses budidayanya tidak mengandung bahan-bahan kimia.

“Dulu anak saya paling suka jajan sembarangan terutama yang pakai zat warna, perasa dan pengawet. Padahal di rumah sudah saya sediakan makanan sehat dalam arti masak sendiri tanpa zat warna, perasa dan pengawet. Sudah berbagai cara untuk menyadarkan anak saya jangan makan yang tidak sehat, tapi masih makan juga. Setelah saya kasih tes secara langsung dia jadi takut dan sadar. Sekarang kalau saya suruh beli untuk menggoda dia, dia tidak mau katanya “mama ini lucu ya.. sudah tahu tidak sehat malah disuruh beli !!! Dan yang membuat saya bahagia dia bisa kasih contoh kepada adik-adik yang masih kecil dan teman-temannya. Berarti saya sudah punya kader kesehatan dalam keluarga. (YYK)

“Kebiasaan anak-anak saya dalam mengkonsumsi jajanan anak kayaknya juga mempengaruhi kondisi tubuh anak-anak. Setelah saya kasih tes secara langsung dia jadi takut dan

Sriyati

Saya Sriyati, umur 61 tahun. Saya tinggal di kampung Wonosaren RW 09, Jagalan, Jebres, Solo. Rumah saya dekat dengan bantaran rel kereta api, sehingga kebanyakan masyarakatnya termasuk urban dan kelas menengah ke bawah. Para ibu biasanya di rumah, anak-anak kerja jadi butuh di pabrik dan toko. Sedangkan bapak-bapak banyak yang kerja sebagai buruh dan buka usaha di rumah seperti bengkel dan warung kelontong.



Semua anak saya sudah berkeluarga, jadi yang di rumah tinggal suami saya dan satu cucu yang ikut saya. Saya cuma lulusan SMA sedang bapak sarjana, tapi juga sudah pensiun PNS. Anak saya 4 dan sudah punya 15 cucu.

Biasanya saya membeli kebutuhan pangan di warung tetapi setelah mendapat penyuluhan dan adanya stokis di tempat saya, maka saya beli dari stokis yang dipasok sama mbak Nia. Awalnya mengikuti sosialisasi pangan organik yang diselenggarakan oleh PKK RW IX, yang bekerjasama

KSR. Kegiatan ini dimulai tahun 2009 pertemuan setiap bulan dan kemudian jadi setiap 2 minggu. Dari situ saya dan keluarga selalu mengonsumsi beras organik.

Saya mau cerita keunggulan beras sehat:

Saya lihat sendiri di petani, mulai dari proses tanam, pemupukan, sumber air sampai giling padi di desa Ndlingo, Boyolali. Waktu itu bersama dengan ibu-ibu lain diajak melihat proses padi organik. Nasi beras sehat atau organik itu tidak mudah basi, sebelum makan nasi organik, dulu saya sering buang nasi karena cepat basi dan bau. Sekarang kalau belum habis, saya bisa simpan sampai 2 hari.

Perut saya dulu sering sebah (kembung) tapi sekarang tidak lagi. Gula darah saya juga semakin normal, dulu agak di atas normal, sekarang gula darah saya sudah mulai normal. Saya tidak tahu kenapa, sekarang saya merasa lebih enak, saya jarang masuk angin.

Saya sudah sadar bahwa pangan yang sehat bisa menyehatkan fisik dan mental, saya jadi “keterusan” untuk mengonsumsi beras sehat, yang jelas semua bebas dari bahan kimia yang berbahaya. Semuanya dari alam, pupuk dan obat-obatan, penggilingan yang bersih. Walau kadang warnanya tidak putih bersih, tapi rasanya lebih enak daripada beras di pasar.

Dengan lauk apapun, walau sederhana, rasanya lebih enak, pulen dan tidak cepat basi. Nasi organik, kalau sudah dingi, luarnya tidak keras dan tetap empuk, tidak mudah basi sampai 2 hari.

Menurut saya, harganya tidak terlalu mahal, karena sedikit lebih tinggi dari harga di pasar, tapi manfaatnya lebih besar. Pengetahuan tentang pangan sehat dan percobaan yang dilakukan KSR membuka wawasan saya akan pangan sehat, baik dari percobaan-percobaan yang dilakukan bersama atau dari manfaat buat saya sekeluarga. (MLD)

“Gula darah saya dulu agak di atas normal, sekarang gula darah saya sudah mulai normal. Saya tidak tahu kenapa, sekarang saya merasa lebih enak, saya jarang masuk angin”.



Ety Waluyawati

Saya sudah punya dua anak, laki-laki dan perempuan, umur saya 48 tahun. Saya bekerja sebagai PNS di lingkungan BKBPP Kab. Boyolali. Saya tinggal di Ngestiharjo RT.03 RW.10 Kel. Siswodipuran, Boyolali Kota. Di tempat saya ada 10 RW dan membawahi 5 RT dengan setiap RT terdiri dari 40 KK atau total 250 KK dengan jumlah 500 – 600 jiwa. Di RW. 10 sangat luas kebetulan masih dekat pinggir jalan jalur besar solo semarang juga masih dekat kota boyolali. Kondisi masyarakat di RT 03 RW 10 khususnya RW 10 rata-rata berpenghasilan rata-rata Rp. 600.000,- dengan berpenghasilan sebesar itu masih kurang untuk

mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari sehingga umpamanya untuk konsumsi pangan masih ditutup dengan bantuan pangan dari pemerintah (raskin). Rata-rata pendidikan sangat merata dari SD, SMP, SMA Sarjana bahkan ada Sarjana Strata 2 (S2). Sedangkan untuk pekerjaan rata-rata buruh tetapi juga ada yang PNS, Tukang, buruh tani, ternak. Sebenarnya masyarakat faham soal raskin tetapi untuk menutup kebutuhan maka masih diterima. Tetapi setelah ada penyuluhan dari KSR di kegiatan PKK RW 10 yang menerangkan tentang pangan sehat (beras organik) dengan kualitas baik maka masyarakat mencoba untuk membeli tetapi sebatas untuk campuran biar “*babar*” dan lebih banyak.

Dulu saya sering membeli beras pandan wangi di pasar, tetapi belum organik hanya asal membeli saja dengan sekali beli 25 kg masih pakai transport, saya tidak mengerti bagaimana beras organik waktu itu. Saya membeli di warung dekat rumah atau ada bakul yang lewat depan rumah....tetapi sekarang sudah beralih setelah ada penyuluhan dari KSR sekarang membelinya di stockiest yang disediakan oleh KSR. Waktu itu PKK diberi modal Rp. 500.000 oleh LSK BB, saya membeli beras langsung dari petani. Sekarang saya sudah bisa mengembangkan ke RW.10 ke RT.2 RW.15, dan sekarang sudah sampai ke RT.01 RW.14 Surodadi. Berasnya diantar ke kelompok dan anggota “*ngalap nyaur*” dulu sehingga tidak ada kesulitan mendapatkan beras. Untuk pengelola masih dari PKK RW 10 denan membentuk kelompok “*Wigati*”.

**“Setelah
mengonsumsi
pangan sehat, lebih
mantap mas, karena
sudah tidak takut
akan bahan kimia,
tidak sakit-sakitan”**

Sebelum mengonsumsi pangan sehat dulu boros, sekali beli beras 25 kg tambah lauk pauknya. Tetapi sekarang lebih irit, beli berasnya tidak usah kemana-mana, tinggal beli di stokist. Tetep kita makan 1 hari 3 kali tetapi makan ini 1 piring sudah lebih kenyang, lauk pauk seadanya sudah enak. Perbedaan non organik dulu harus membeli lauk pauk yang rasanya sudah enak seperti bandeng, ayam supaya merasakan enak tetapi sekarang yang organik tanpa adanya ikan sudah rasanya enak, kemudian empuk, peribahasa lauk sambal dan tempe saja lebih enak itu juga dirasakan nasinya pulen seperti ketan. Pola konsumsi sekarang lebih enak dengan makan organik karena lauk pauknya tidak harus istimewa. Tidak cepat basi, sisa besoknya bisa untuk sarapan. Sedangkan untuk non organik warnanya jadi kuning, kalau organik tetap putih dan tidak cepat basi.

Pangan kita sekarang sangat memprihatinkan karena petani sekarang tidak memperhatikan atau memperhitungkan masalah pupuk, bibit, tanamnya. Semua itu diglobal memakai pupuk urea agar panennya banyak. Yang akan datang petani-petani harus mendapatkan penyuluhan tentang pangan sehat. Saya sangat prihatin, anak-anak sukanya makan chiki-chiki yang berbahaya, buah saja diberi pupuk urea, saya prihatin untuk pangan kita saat ini.

Saya sering merasakan pusing sebelah seperti migrant tetapi setelah beralih ke pangan sehat organik pusing saya berkurang tetapi akhir-akhir ini sudah tidak ada. Pengalaman dari penyuluhan dari KSR, saya jadi tahu tentang pangan sehat. Saya dan anggota PKK RW.10 diajak ke lahan langsung, betul-betul melihat sendiri untuk produk pangan sehat yang salah satunya beras organik. Dari air (waduknya) tanpa bahan campuran, padinya itu tumbuh di lahan sudah berbau pandan wangi. Asli, padinya itu tumbuh sudah berbau, tidak memakai pupuk kimia, pupuk organik ada di sebelah lahan sebagai persediaan, airnya itu benar-benar dari mata air.

Setelah mengkonsumsi pangan sehat, lebih mantap, karena sudah tidak takut akan bahan kimia, tidak sakit-sakitan seperti pusing-pusing. Sekarang keluarga saya sudah “*minded*” makan beras organik atau pangan sehat, karena dari pelatihan-pelatihan dan melihat langsung ke lahan saya sudah tidak takut lagi, saya melihat dari air, pupuk langsung dari petani yang menanam padi organik. (MLD)

Drs. Jumadi Santoso

Nama lengkap saya Drs. Jumadi Santoso, umur 53 Tahun. Saya tinggal di Ngestiharjo RT.03 RW.10 Kel. Siswodipuran, Boyolali Kota. di lingkungan RW 10 sangat majemuk karena banyak pendatang baru. Sekarang lingkungan RW.10 lebih maju dibandingkan 10 tahun lalu, karena para pendatang baru ini notabene adalah orang-orang yang berpendidikan sehingga mempengaruhi para penduduk pribumi yang banyak berpendidikan rendah untuk terpacu untuk lebih maju sehingga kalau umpamanya ada program penyadaran pangan organik dan tentang organik yang lainnya sehingga pangan organik (khususnya beras) sangat diterima. Sekarang luas wilayah RW.10 agak kecil, dulu besar sekali sehingga dibagi menjadi 4 RW (RW.11, RW.14, RW.15), sehingga sangat potensi untuk kegiatan pembinaan dan penjualan pangan sehat khususnya RW 10. Tiap RW terdiri dari 5-7 RT. Sedangkan kondisi masyarakatnya adalah berpendidikan menengah atas, ada sebagian kecil yang rendah yang rata-rata penduduk pribumi. Masyarakat di sini banyak yang menjadi buruh, peternak, petani tetapi ada sebagian juga sebagai PNS dan Dosen. Sekarang banyak pendatang baru sehingga banyak yang berpendidikan tinggi.



Saya sekarang dipercaya sebagai ketua RW 10, sehari-hari sebagai dosen di Universitas Boyolali. Isteri juga PNS di lingkungan BKBPP Kab. Boyolali, anak saya 2, satu sudah bekerja, satunya masih duduk dibangku sekolah menengah atas. Selain sebagai dosen saya juga pendamping dalam program desa seperti P2KP, P2MPD, PPIP.

Pada awalnya, saya membeli beras di pasar, tetapi setelah mendapat sosialisasi dari KSR dan tersedianya stokis di dekat rumah saya, maka saya membeli beras di stokis. Saya mulai dari

keluarga sendiri, setelah itu saya sebarkan informasi tentang pangan sehat ke lingkungan tetangga saya di RW 10. Lingkungan sehat itu ada manfaatnya antara lain: lingkungan kita jadi bersih, merubah pola konsumsi dari non organik ke organik, badan lebih segar dan kuat, lauk pauk sembarang enak, contohnya hanya tahu sama tempe.

Dengan mengkonsumsi pangan sehat menurut ada perubahan pada pola konsumsi keluarga saya, yang pertama untuk memutuskan makanan / konsumsi saya yang memutuskan. Sebagai pengalaman, sebelumnya kalau makan itu mesti memakai lauk pauk yang banyak dan enak sehingga boros, tetapi sekarang dengan lauk pauk tahu tempe sudah enak bukan karena irit tetapi alasan beras yang dikonsumsi sekarang sudah enak dan cukup mengenyangkan perut. Sekarang makan satu piring saja rasanya sudah kenyang, nasi empuk, pulen wanginya tidak dibuat-buat. Kita kalau BAB gampang sekali.

**“Petani-petani
harus
mendapatkan
penyuluhan
tentang pangan**

Saya melihat saat ini pangan sehat khususnya di Indonesia sangat memprihatinkan, semua makanan itu mengandung kimia. Inilah penyebabnya saya sekeluarga memutuskan untuk pindah ke organik. Sekarang makanan apa saja yang tidak memakai barang-barang kimia, saos saja yang terkecil mengandung kimia. Tanaman dari pupuknya, penanaman sampai pasca panen itu semua pakai bahan kimia. Inilah makanya kenapa sekarang menyebabkan banyak orang sakit. Jaman kecil saya sakit tidak ada namanya penyakit semacam lever, darah tinggi dsb hanya sebagian kecil saja. Tetapi sekarang rata-rata orang penyakit agak tinggi semacam kanker otak, kanker payudara. Penyakit-penyakit ini yang notabene merupakan penyakit berbahaya.

Dengan mengkonsumsi pangan sehat, sekarang saya masih semangat untuk olah raga seperti bulu tangkis yang merupakan olah raga keras, kerja tanpa mengenal lelah. Karena merasakan dengan mengkonsumsi pangan sehat (beras organik) selama 1 tahun dan pola hidup yang dirubah ini lebih baik dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Padahal saya termasuk sudah berusia lanjut.

Pengalaman dan pemahaman terhadap pangan sehat jelas sangat beda, bisa dilihat sewaktu dimasak (dalam *magic jar*) tidak mudah busuk dan tidak berubah warnanya. Pangan sehat itu tidak banyak membutuhkan air dan lebih menyehatkan. Kalau non organik secara fisik mudah menguning warnanya. Saya melihatnya dari fisik dan rasa saja. Sedangkan untuk pengenalan dimulai dari keluarga dulu bahwa makanan yang dimakan adalah pangan sehat (beras) yang menyehatkan sehingga punya pegangan untuk menyebarkan luaskan. Kemudian melanjutkan lingkungan lain disekitar RW 10. Saya selalu dan harus selalu berkampanye untuk mengenalkan beras maupun pangan sehat maupun produk sehat lainnya demi kesehatan kita sendiri, saya punya semboyan SEHAT SANGAT BERMANFAAT untuk keluarga. (MLD)

Anita Maya Sari

Saya Anita Maya Sari, 27 tahun, berat badan 85 kg, tinggi badan 155 cm. saya sudah berkeluarga dan tinggal di Sumber Rt 4 RW IV, Kelurahan Sumber Banjarsari Surakarta. Saya ikut program sosialisasi pangan sehat sejak 7 bulan lalu, saya lebih sering membeli beras merah di stokis bu Sriyati di Sumber.



Setelah mengkonsumsi beras merah 3 kali dalam seminggu (Senin, Rabu, dan Jumat) secara rutin dan merubah pola makan yang sehat dengan memperbanyak sayuran, dan buah-buahan, ditambah olah raga yang teratur, saya ada penurunan berat badan yang nyata dari sebelumnya 85 kg menjadi 77 kg selama 2,5 bulan setelah mengkonsumsi pangan sehat.

Sebelumnya dengan berat badan yang “gedhe/gendhut” sangat mengganggu aktivitas pekerjaan sehari-hari, sedikit saja beraktivitas dalam keluarga yang memerlukan banyak tenaga misalnya, mencuci pakaian, mencuci piring, bersih-bersih rumah, dan lain sebagainya akan mudah lelah (napas terengah-engah) dan mudah ngantuk. Memang pola makan saya selama ini kurang baik, maksudnya sembarang makanan yang matang saya makan, termasuk makanan ringan, makanan instan yang saya beli di toko maupun mall, dan kurang banyak makan sayuran dan buah-buahan dan lain sebagainya, sehingga membuat badan saya yang dulu agak “*slim*” sekarang kayak petarung sumo.. he..he...

Selain itu menurut saya, dengan badan yang “gedhe/gendhut” dalam penampilan “*good looking*” nya juga kurang, nggak “*slim*”, “boros” kain. Pokoknya dengan obesitas, saya berpendapat kesehatan mudah terganggu (cepat lelah, mudah mengantuk, sering deg-degan, tidak lincah dan mudah marah) dan yang pasti penampilan kurang menarik.

Dengan mengkonsumsi pangan sehat secara rutin dan teratur, Alhamdulillah berat badan saya turun, banyak hikmah yang saya peroleh setelah mengikuti sosialisasi atau penyuluhan dari KSR di rumah Ibu Sriyati Sumber beberapa waktu yang lalu, penyuluhan tersebut berupa beras yang sehat, bahaya mengkonsumsi pangan yang mengandung bahan pengawet, pemanis buatan, bahan pewarna yang tidak dianjurkan oleh pemerintah. Saya juga percaya beras sehat dari KSR karena diajak langsung oleh KSR untuk melihat langsung di sawah tempat menanam padi dengan pupuk organik. Saya juga di ajak untuk mengunjungi tempat pengolahan pupuk organik, penyelepan sampai dengan pengemasan setelah menjadi beras.

“Saya ada penurunan berat badan yang nyata dari sebelumnya 85 kg menjadi 77 kg selama 2,5 bulan setelah mengkonsumsi pangan sehat”.

Sekarang saya merasakan berkurangnya rasa lelah, mengantuk dan badan terasa agak ringan, yang pasti saya sekarang bisa merubah pola makan yang sehat untuk menuju kehidupan yang sehat pula.

Terimakasih KSR yang telah memberikan pencerahan tentang pangan yang sehat kepada kami ibu-ibu PKK di wilayah Sumber Rt 4 Rw IV, sampai jumpa lagi di lain waktu.... ya.... (ARS)

Susanti

Saya Susanti, biasa dipanggil Santi, tinggal satu wilayah dengan bu Nita, Sumber Rt 03 Rw IV, hanya beda RT saja. Saya kuliah di salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Surakarta, umur saya 21 tahun, dengan tinggi badan 173 Cm, berat badan saya 87 kg. Saya merasa berat badan saya cukup berbobot dibandingkan dengan teman-teman sebaya, baik di Kampus maupun di rumah.



Saya memang doyan makan, apa saja yang penting halal saya makan, baik itu makanan berat maupun makanan ringan. Dengan berat badan yang cukup berbobot ini saya merasa gerakan saya lamban, cenderung malas bekerja, kalau belajar mudah mengantuk, kadang cepat pusing. Saya takut kalau gejala hipertensi atau gejala sakit jantung, katanya kalau orang gemuk mudah sakit jantung ya???

Ketika ibu saya mendapat penyuluhan dari KSR di rumah ibu Sriyati tentang pangan sehat, ibu saya mencoba membeli beras organik di stokisnya bu Sriyati, berasnya kalau tidak salah Pandan Wangi, kemudian kami sekeluarga mulai mengkonsumsi beras pandan wangi tersebut. Setelah mengkonsumsi beras sehat dari KSR, kami sekeluarga sepakat untuk mengkonsumsi pangan yang lain juga harus sehat pula, misalnya sayuran dan buah-buahan dan mengurangi makanan-makanan yang instan, ber MSG, berbahan pengawet dan lain sebagainya.

Saya juga mengkonsumsi beras merah yang katanya bisa menurunkan kegemukan, menurunkan kadar gula, dan banyak mengandung vitamin B. Memang penurunan berat badan saya belum terlihat nyata dengan mengkonsumsi pangan sehat, dikarenakan baru 2 (dua) bulan saya mengkonsumsi pangan sehat (baru turun $\pm 1,5$ kg) . Mudah-mudahan dengan mengkonsumsi pangan sehat dan merubah pola makan yang sehat serta olah raga yang cukup bisa menurunkan berat badan. (ARS)

Sri Suharyati Eddy



Nama lengkap saya Sri Suharyati Eddy, biasa dipanggil bu Eddy. Usia saya 56 tahun. Tinggal di Jl. Satriyo Wibowo Selatan RT 02 RW IV Kel. Purwosari Kec. Laweyan, Solo. Saya sebagai ibu rumah tangga yang banyak kegiatan diluar rumah, salah satunya sebagai pembawa acara dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh kelompok profesi maupun acara-acara seremonial.

Saya saat ini menjadi ketua kelompok penyadaran konsumen di wilayah Purwotomo, selain itu saya juga aktif di beberapa organisasi. Cucu saya salah satunya adalah Dio (Evan Ardiona Heseini), yang umurnya 10 bulan. Saya selalu perhatikan konsumsi cucu saya, karena dia satu rumah dengan saya, maka untuk makan, saya pilihkan beras merah dan mentik susu sejak berumur 7 bulan. Saat ini sudah terasa, dia memiliki kecerdasan daya pikir yang lebih tinggi dibandingkan dengan anak seusia dia, dan memiliki daya tahan tubuh yang kuat hal ini dibuktikan ketika sang nenek dan anggota keluarga yang lain mengalami flu sedangkan cucu saya tidak mengalami gangguan fisik, hal ini merupakan bukti kalau rutin mengkonsumsi pangan sehat terutama beras merah setiap hari akan membantu kekebalan tubuh anak dari serangan penyakit.

Saya tinggal di perumahan yang memiliki strata ekonomi kelas menengah ke atas yang sekaligus sebagai ketua RW. Saya memberi sosialisasi pangan sehat, pengalaman saya sebelum mengenal bahan pangan yang sehat untuk kebutuhan bahan pokok, saya selalu membeli dari supermarket maupun swalayan yang saya anggap produknya berkualitas, setelah melakukan proses belajar, survai di pasar tradisional maupun supermarket hingga melakukan kunjungan ke kelompok tani yang memproduksi beras sehat, saya mampu membedakan mana beras sehat/pangan sehat dan mana yang kurang sehat. Dengan membuktikan secara langsung dan menguji coba secara langsung saat ini bagi keluarga saya memilih produk beras yang sehat yang berasal dari kelompok tani, selain rasa beras enak, tidak cepat basi dan memberikan dampak positif terhadap kesehatan tubuh. Misalnya buang air mudah (tidak sembelit), tidak mudah capek (selalu energik) dll.

“Cucu saya tidak mudah sakit, hal ini merupakan bukti kalau rutin mengkonsumsi pangan sehat terutama beras merah setiap hari akan membantu kekebalan tubuh anak dari serangan penyakit”.

Dengan pengalaman mengkonsumsi pangan sehat ini, saya sepertinya mempunyai kewajiban untuk mensosialisasikan pangan sehat ke masyarakat, teman-teman, relasi bahkan hingga mengorganisir kelompok Alumni orang tua pengantar dari SD 15 Mangkubumen, kelompok lingkungan di Kelurahan Sumber Rt 03 serta masyarakat di kelurahan Purwosari, yang setiap bulannya melakukan pertemuan untuk membahas pangan sehat. (PLN)

Sri Sutanti

Nama saya Sri Sutanti (62 tahun) pendidikan terakhir SMA, saya ibu rumah tangga yang juga salah satu anggota kelompok konsumen di Kelompok Pengajian Sondakan. Rumah saya di Tegalrejo RT 02 RW 02 Kel. Sondakan, kec. Laweyan, Solo. Saya tinggal di wilayah yang memiliki strata sosial ekonomi kelas menengah ke bawah, yang memiliki hubungan sosial yang sangat kuat diantara keluarga dan tetangga, sehingga kehidupan dalam kemasyarakatan berjalan dengan baik, misalnya gotong royong, kerja bakti, saling tolong menolong sesama tetangga sehingga kelihatan rukun diantara mereka.



Anak saya 4 orang, masing-masing menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi, kesibukan saya selain sebagai ibu rumah tangga adalah aktif melakukan kegiatan di luar rumah, antara lain kegiatan keagamaan (Pengajian dan Yassinan), mengorganisir ibu-ibu setiap satu minggu sekali melakukan senam kesegaran dan senam kesehatan. Saya juga aktif dalam kegiatan sosial lainnya untuk mengajak ibu-ibu untuk melakukan refreasing/piknik yang bersifat hiburan ke berbagai tempat di Jawa Tengah, Jawa Timur hingga ke Bali. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan dalam rangka untuk memperkuat tali persaudaraan diantara mereka sehingga kegiatan di luar rumah sering dilakukan. Ibu-ibu di sekitar rumah saya banyak yang sudah purna tugas sehingga banyak waktu luang dan memiliki dana yang cukup yang bisa digunakan untuk acara-acara di luar.

Dengan kemampuan yang saya miliki, saya mendorong ibu-ibu untuk ikut berperan dalam menciptakan kehidupannya yang sehat melalui kegiatan penyebaran pangan sehat terutama dilingkungan RT dan di kelompok lain yang saya ikuti. Saya juga berperan sebagai kader dalam mengorganisir kebutuhan pokok terutama beras sehat yang dikelola di rumah sebagai usaha untuk mendekatkan pangan sehat ke konsumen sekaligus sebagai pusat informasi pangan sehat bagi warga disekitarnya. Hal ini saya lakukan berdasarkan pengalaman saya sendiri yang biasa mengkonsumsi pangan sehat terutama beras yang rasanya lebih enak tidak cepat basi serta berdampak pada tubuh merasa segar, buang air tidak masalah. Pengalaman pangan sehat ini saya peroleh dari proses belajar dengan Konsorsium Solo Raya (KSR) dan dari buku – buku yang

secara kebetulan sering mendapatkan buku tentang pangan sehat, dampak lingkungan dari bahan-bahan berbahaya baik bahan kimia untuk pertanian maupun bahan kimia untuk pemberantasan nyamuk, sehingga pengalaman yang dimilikinya lebih luas.

Pengalaman mengkonsumsi produk sehat dan produk non sehat (beras dari pasar umum) sangat jauh berbeda misalnya setelah nasi dimasak dan dimasukan dalam magic jar, kalau masak pagi maka sore hari nasi tersebut sudah berwarna agak kekuning-kuningan, sedangkan rasanya juga hambar, bahkan berbau aneh.

Selain pangan sehat terutama dari beras juga sering melakukan uji coba untuk buah-buahan (apel import) ketika kulitnya digaruk dengan pisau (tidak dikupas) terkumpul waran putih yang menyerupai lilin, sehingga beliau punya keyakinan bahwa apel tersebut jika dikonsumsi tidak sehat diduga apel sebelum dijual disemprot dengan bahan kimia, selain itu jika produk tersebut import dengan memakan waktu yang lama hingga dipasar Solo perlu dicurigai kenapa tidak rusak bahkan buahnya tetap berwarna mengkilat.

“Saya mendorong ibu-ibu untuk ikut berperan dalam menciptakan kehidupannya yang sehat melalui kegiatan penyebaran pangan sehat terutama dilingkungan RT dan di kelompok lain”

Dari pelajaran yang didapat selama ini memberikan pengalaman dan bekal menjadi konsumen yang bijaksana tentunya dengan mengkonsumsi pangan sehat merupakan upaya untuk menyehatkan keluarga dan masyarakat secara umum, Untuk itu marilah bersama-sama saling memberikan informasi pangan sehat kepada sesama agar hidup lebih sehat dan menatap masa depan yang lebih maju dengan pangan sehat menciptakan budaya yang hidup secara sehat pula. (PLN)

Sri Sulastri

Saya biasa dpanggil Bu Lastri, nama lengkap Sri Sulastri. Usia saya saat ini 50 tahun tinggal di pusat kota Solo, tepatnya di perumahan dinas Pekerjaan Umum yang terletak di Jl. Satrio Wibowo Purwotomo, Laweyan, Solo. Aktivitas keseharian saya adalah mengurus rumah tangga dan aktif dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan, seperti aktif di PKK dan kegiatan ibu-ibu warga Purwotomo yang tergabung dalam “Paguyuban Purwotomo”. Purwotomo adalah salah satu wilayah di jantung kota Solo, sehingga masyarakat disana adalah tipe masyarakat kota yang padat aktivitas dan sering berkumpul bersama hanya pada waktu forum/pertemuan warga saja. Sementara perumahan yang saya tempati sekarang ini adalah perumahan kecil yang dihuni hanya 6 Keluarga saja. Saya mempunyai 5 orang putra-putri yang sudah dewasa dan bekerja. Kini saya hanya tinggal serumah dengan suami dan anak paling bungsu.



Suami saya dulu adalah pegawai Dinas Pekerjaan Umum. Saya dulu pernah tinggal di Jakarta karena mengikuti tugas suami dan sekarang ini menetap di Solo.

Sebelum aktif dalam kegiatan yang dikoordinasi oleh Konsorsium Solo Raya, saya sudah sedikit mengenal tentang pangan sehat, walaupun untuk mengkonsumsinya masih jarang. Dulu saya pernah mengonsumsi beras sehat tapi karena akses untuk membelinya jauh, maka kembali mengonsumsi beras biasa yang biasa dibelinya di Pasar Gede, Solo. Pola konsumsi dalam keluarga yang hanya berdua dengan suami menyebabkan saya kadang masak sendiri tapi kadang juga makan/jajan diluar. Menurut saya harga beras dan lauk pauk sekarang ini relatif naik terus apalagi mendekati hari raya, sementara kualitas pangan yang beredar saat ini baik curah maupun kemasan kurang memperhatikan aspek kesehatan konsumen. Banyak produsen yang dengan sengaja menambahkan zat pengawet, pewarna dan pemanis buatan ke dalam makanan yang dijual. Sementara banyak masyarakat konsumen yang tidak memahami betapa bahayanya kandungan zat tersebut dalam makanan yang beredar saat ini. Misalnya produk tahu dan bakso serta ikan sekarang banyak yang mengandung formalin. Sementara untuk produk beras yang beredar di pasaran sekarang ini lebih mengutamakan penampilan fisik yaitu lebih utuh, putih, dan bening seperti Kristal padahal menurut saya beras tersebut justru sudah banyak dipoles sehingga kandungan nutrisinya sudah berkurang banyak. Tidak sedikit pula ada beras yang dicampur pemutih yang membahayakan jika dikonsumsi. Sekarang di pasaran banyak dijual beras poles, bahkan ada yang sengaja menambahkan dengan bahan pemutih biar warnanya menarik. Kalaupun jenisnya pandan wangi ternyata aroma pandannya hanya aroma buatan bukan alami.

"Setelah rutin mengonsumsi beras sehat saya merasa penyakit migrain dan maag berkurang"

Setelah banyak mengikuti kegiatan penyadaran konsumen yang diselenggarakan oleh Konsorsium Solo Raya, maka sedikit-demi sedikit saya dapat memahami pentingnya masyarakat dapat memilih, menyeleksi dan mengonsumsi makanan yang lebih sehat. Di samping aktif mengikuti pertemuan rutin yang membahas tentang pangan sehat, saya juga mengikuti kegiatan lainnya seperti training pengelolaan stokist pangan sehat, kunjungan ke lahan organik, survey pasar dan demo pangan sehat. Kegiatan tersebut menambah pengetahuan dan ketrampilan saya agar dapat menyeleksi makanan yang dikonsumsi bersama keluarga.

Sebelum mulai rutin mengonsumsi beras sehat, saya mempunyai beberapa keluhan penyakit, sakit kepala (migrain) dan maag. Apabila kambuh (kumat) saya merasa kesakitan, badan lemas, kepala sangat pusing dan tidak nafsu makan. Beberapa kali harus datang periksa ke dokter dan mengonsumsi obat-obatan untuk menyembuhkan penyakit tersebut.

Saat ini saya setiap hari mengonsumsi beras sehat yang didapatkan melalui stokist dan outlet organik yang dikembangkan oleh Konsorsium Solo Raya. Beras sehat yang saya gemari adalah jenis mentik susu dan pandan wangi. Karena empuk, pulen dan mempunyai aroma pandan yang mengundang selera makan. Kelebihan lain mengonsumsi beras sehat adalah nasinya lebih awet, babar (irit, red) dan tidak pernah membuang nasi basi lagi. Menurut saya beras sehat bisa

tahan 24 jam walaupun tidak dimasukkan ke dalam magic jar (pemanas). Sementara dulu sewaktu konsumsi beras biasa, tidak tahan lama, bau dan berubah warna. Setelah rutin mengkonsumsi beras sehat saya merasa penyakit migrain dan maag berkurang karena jarang kambuh dan sekarang badan terasa lebih enak. Karena sekarang ini banyak produk pangan tidak sehat yang beredar di masyarakat, maka sekarang ini saya juga mengurangi makanan yang beresiko mengandung bahan yang merugikan kesehatan seperti bakso, nugget, dsbnya. Kalau kepengen sekali maka bisa membuat sendiri di rumah. Untuk sayuran saya punya keinginan untuk menanam sendiri sayuran sehat yang dapat memenuhi kebutuhannya. Karena pekarangan rumah yang ditempatinya berukuran sempit maka saya punya rencana untuk menanam sayuran dalam pot. Menurut saya untuk hidup sehat harus ada niat dan upaya dari kita untuk mendapatkan produk yang lebih sehat. Upaya yang dilakukan tidak harus membeli tapi juga bisa menanam sendiri di pekarangan rumah. (PLN)

Sri Sukarti



Saya Sri Sukarti, umur 64 tahun. Saya aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan di wilayah saya tinggal di Perumahan Dinas Pekerjaan Umum yang terletak di Jl. Satrio Wibowo No.5 Purwotomo, Solo. Suami bu saya dulu adalah mantan pegawai Dinas Pekerjaan Umum yang sudah purna tugas. saya dikaruniai 8 anak, saya sudah sejak lama mengidap diabetes dan kolesterol yang cukup tinggi. Sehingga sekarang masih mengkonsumsi obat yang diberikan dari dokter. Di rumah saya hanya tinggal dengan suami dan 1 anak yang belum berumah tangga, saya lebih sering membeli lauk di luar, namun untuk ketersediaan nasi, setiap hari memasak nasi dalam magic com. Dulu saya

sering membeli beras biasa di salah satu pasar tradisional atau di warung beras yang terletak tidak begitu jauh dari rumah. Namun setelah mengikuti secara rutin berbagai kegiatan yang dilakukan kelompok paguyuban Purwotomo dengan Konsorsium Solo Raya. Saya mendapatkan produk tersebut melalui stokist yang dikembangkan oleh kelompok Ibu-ibu Paguyuban Purwotomo. Berbagai kegiatan yang dilaksanakan bersama Konsorsium Solo Raya yang pernah saya ikuti antara lain, pertemuan rutin setiap bulan, kunjungan konsumen ke lahan produsen, temu antar konsumen di Solo Raya, dll. Semenjak itu saya mulai rutin mengkonsumsi beras sehat. Jenis beras sehat yang saya sukai dan dikonsumsi adalah jenis pandanwangi, mentik susu dan beras merah terutama untuk mengobati/ terapi diabetes dan kolesterol. Caranya dengan memasak beras merah dicampur dengan pandanwangi atau mentik susu.

"Setelah diganti dengan konsumsi beras sehat dan mulai rutin mengkonsumsi, saya merasa badan lebih enak, diabetes dan kolesterol juga jarang kambuh"

Dulu sebelum mengkonsumsi beras sehat, saya merasa sering kambuh diabetes dan kolesterol. Sehingga badan terasa tidak enak, pegal, dan pusing. Apalagi beras yang dulu sering dibeli di pasar kalau dimasak pagi, malamnya sudah tidak enak untuk dikonsumsi dan berubah warna

agak kekuning-kuningan. Setelah diganti dengan konsumsi beras sehat dan mulai rutin mengkonsumsi, saya merasa badan lebih enak, diabetes dan kolesterol juga jarang kambuh. Selain konsumsi beras sehat, saya juga menjaga pola makan setiap harinya. Yaitu dengan tidak mengkonsumsi makanan yang mengandung lemak dan kolesterol tinggi. Saat ini saya berupaya sebisa mungkin untuk tidak mengkonsumsi obat dari kimia. Untuk mengurangi ketergantungan pada obat, saya juga rajin menggunakan pengobatan secara herbal. Yaitu dengan mengkonsumsi daun-daun alami yang berkhasiat dapat menurunkan diabetes dan kolesterol. Untuk menurunkan diabetes menggunakan daun insulin dan untuk menurunkan kadar kolesterol menggunakan lidah buaya. Menurut saya untuk mendapatkan tubuh yang sehat, alam telah menyediakan berbagai kebutuhan kita tanpa harus menggunakan asupan kimia. (Sf)

Sudiyono



Nama saya Sudiyono dengan umur 63 tahun sebagai kepala keluarga yang sangat besar dengan pekerjaan pensiunan PNS (dosen UNS). Sekarang saya bersama keluarga tinggal dan beralamat Jl. Kaligadis Gg.II No. 3 Wonosaren RT.01 / IX Jagalan, Solo. Sebagai gambaran bahwa di lingkungan kampung wonosaren ada 3 RT yaitu RT,01 RT.02 dan RT.03 dengan kondisi warga di 3 RT atau RW. IX sebagian besar bekerja disektor swasta, ada juga yang PNS tetapi hanya beberapa saja. Di sektor swasta ini sebagian besar berusaha dibidang warung makanan dan kebutuhan sehari-hari. Sedangkan golongannya sebagian masyarakat menengah ke bawah. Saya adalah seorang pensiunan PNS sebagai dosen di perguruan tinggi UNS. Sekarang tinggal bersama istri dan 1 orang cucunya yang masih berumur 4

tahun karena anak-anak sudah menikah dan berumah tangga sendiri.

Sebagai seorang pensiunan sebagai PNS saya sudah merasa cukup untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Kemudian saya katakan bahwa sebelum ada sosialisasi tentang pangan sehat dari KSR yang dilakukan oleh P. Suswadi dan P. Mulad. Kami selalu membeli beras di pasar dengan merk C4, setelah mendapatkan pengarahan dan sosialisasi maka sekarang saya membeli beras langsung dari stockiest yang ada di jagalan yang dikelola oleh PKK RW 9 jagalan dengan varietas pandan wangi dan itu rutin. Setiap bulan saya sekeluarga habis 20kg. Saya mulai rutin mengkonsumsi tetapi kadang saya mengkonsumsi beras merah juga tetapi kadang-kadang. Kenapa saya beralih mengkonsumsi beras ini karena rasanya lebih enak, pulen, wangi yang jelas lebih menyehatkan kemudian nasi tidak cepat basi alias tahan lama sampai pagi. Dan yang jelas bahwa nasi sehat ini mempunyai aroma spesifik yang bisa meningkatkan selera makan. Saya yang memutuskan untuk beralih ke beras sehat ini dengan pertimbangan istri saya. Saya merasa sehat, pencernaan tidak kembung dan buang air besar lancar. Saya ikut senang dengan adanya program ini dengan demikian perubahan atas pangan sehat tercapai. Tetapi program ini harus didukung dengan promosi yang gencar dengan membaca bulletin, majalah dan Koran-koran yang memuat tentang pangan sehat dan produk tanaman organik lainnya bahkan mungkin lewat televisi. (MLD)

BAB IV.

PENUTUP



Pangan sehat, sebuah kata yang dalam artinya. Dengan pengalaman Konsorsium Solo Raya selama dua tahun ini terasa sangat pendek, tetapi ternyata, dari berbagai kesaksian yang muncul, kita bisa melihat bahwa konsumen yang bersama-sama dengan KSR telah bisa menceritakan pengalaman mereka. Konsumsi beras sehat secara rutin telah membuktikan adanya efek positif terhadap tubuh. Beras bukanlah obat, tetapi dengan mengkonsumsi beras yang sehat, maka akan meningkatkan kesehatan tubuh.

Dengan membagikan pengalaman pengorganisasian konsumen untuk mengkonsumsi pangan yang sehat, KSR walaupun masih dalam lingkup wilayah yang kecil, telah member bukti, bahwa ternyata banyak masyarakat yang kurang paham tentang pangan sehat. Satu sisi memang ada keterbatasan suplai pangan sehat di pasaran, di sisi lain, hampir semua makanan yang beredar telah dicampur dengan berbagai penyedap kimia dan pewarnaan. Dengan kondisi seperti ini, masyarakat menjadi terbiasa untuk mengkonsumsi produk pangan yang tidak sehat, dan mereka menganggap bahwa itulah makanan yang harus kita konsumsi.

Penawaran pandangan dengan menambah pengetahuan pangan sehat pada kelompok-kelompok masyarakat ternyata memberi hasil yang cukup baik. Konsumen bisa menjadi lebih sadar dan mampu memilih mana yang baik untuk kesehatan diri dan keluarganya.

Dengan ketersediaan stokis di lokasi kelompok konsumen, maka konsumen akan lebih mudah dalam mengakses produk pangan sehat. Hal ini penting untuk mendekatkan produk kepada konsumen, dan pada tahap selanjutnya, maka konsumen bisa lebih dekat dengan produsen. Stokis memiliki peran sebagai tempat penjualan dan tempat penyebaran informasi kepada konsumen lain yang belum menjadi anggota, sehingga penyebaran kampanye pangan sehat bisa dinikmati bukan hanya oleh anggota kelompok, tetapi juga masyarakat sekitar. Dengan pelatihan manajemen stokis, diharapkan mampu mendorong kemampuan dan pengalaman melakukan bisnis yang berkedilan bagi kelompok konsumen.

Media kampanye sebagai sarana pendukung memiliki peran yang penting untuk menyebarkan informasi tentang pangan sehat. Media kampanye disebarkan kepada kelompok dan masyarakat supaya lebih banyak pengetahuan yang bisa dikembangkan dari informasi singkat yang ada dalam praktek keseharian. Media informasi dibuat dalam bentuk cetakan dan elektronik, bentuk cetakan akan memperkuat kampanye pangan sehat di lingkungan sekitar, sementara untuk media elektronik diharapkan bisa menjangkau para pengguna internet untuk

memahami pangan sehat lebih jauh. Dua efek diberikan bagi konsumen, dengan target khusus kepada konsumen dan target umum kepada masyarakat.

Di sisi produsen, kelompok tani juga mendapatkan keuntungan karena penyerapan produk semakin tepat sasaran, terutama bagi produsen (petani) yang mengusahakan pertanian organik. Mereka tidak lagi menjual di pasaran umum yang campur antara produk yang mereka produksi secara sehat dan alami dengan produk yang dihasilkan dari proses budidaya kimia yang beracun. Dengan tepat sasaran ini, tentunya juga memberikan kebahagiaan tersendiri bagi petani, bahwa produknya dihargai oleh konsumen.

Secara ekonomi, petani juga bisa mendapatkan harga yang lebih tinggi daripada dijual di pasar umum. Dengan berkelompok, petani akan lebih mudah untuk memasarkan produk yang sehat dan berkualitas. Konsumen juga mendapat keuntungan dengan ketersediaan produk pangan yang sehat. Petani menjadi semakin pasti bahwa produknya akan diserap oleh “pasar” yang ada dalam kelompok-kelompok konsumen. Dengan demikian, pasar yang berkelanjutan bagi petani juga akan membantu konsumen untuk mendapatkan produk pangan yang sehat secara berkelanjutan.

Dari pengalaman menjalankan “penyadaran konsumen” pangan sehat, muncul banyak kesaksian yang bisa dibuktikan dari konsumen, pengalaman juga semakin luas dengan pengakuan konsumen sendiri. Sementara dari tingkat konsumsi pangan sehat, jumlah serapan pangan sehat yang diproduksi oleh petani semakin besar setiap harinya. Serapan produk pangan sehat bukan hanya dari kelompok konsumen, tetapi juga konsumen pada umumnya yang mencoba untuk mengkonsumsi produk pangan sehat. Ketersediaan stokis dangat membantu konsumen untuk mendapatkan produk pangan sehat, karena mereka tahu dimana bisa membeli produk pangan sehat. Dengan demikian, usaha untuk menjalin hubungan antara keinginan produsen untuk mendapatkan pasar yang pasti sudah mulai Nampak dengan peningkatan penjualan kepada kelompok konsumen, dan dari sisi konsumen, mereka mendapat keuntungan karena bisa mendapatkan produk pangan sehat lebih pasti suplainya dan bisa berkelanjutan.

Kedepan, diharapkan konsumen bisa langsung berhubungan dengan produsen dan menjadi konsumen yang mandiri dalam melakukan kegiatan penyadaran konsumen dan mampu melakukan advokasi terhadap isu-isu konsumen pangan sehat. Hubungan antara produsen (petani) dengan konsumen akan semakin erat dan bisa mengembangkan kerjasama dengan berbagai model yang bisa saling menguntungkan dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

UU No. 7 Tahun 1996 tentang *Pangan*

PP No. 28 /2004 tentang *keamanan, mutu dan gizi pangan*

UU No. 8 tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*

Antonius Waspotrianto dan teman, 1998 "*Melayani pemasaran produk organik, antara permintaan dan keberlanjutan alam*" Jaker PO – VECO Indonesia

Sunarto, Kamanto, 1993. *Pengantar Sosiologi*, Jakarta, FE Universitas Indonesia

Hendro Puspito, 1989. *Sosiologi Sistematis*, Yogyakarta, Kanisius

Paulo Freire, 2000, *Pendidikan Sebagai Proses*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar

Upton Sinclair, 1920 "*The Jungle*", Upton Sinclair Pub.

Chase dan Schlink, 1927 "*Your Money Worth*", 1st Edition, New York, The Macmillan Company

<http://health.kompas.com/read/2010/10/12/0928286/Mengenal.Pengawet.Nipagin>

http://en.wikipedia.org/wiki/Consumers_International

www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf

http://www.jatengprov.go.id/?mid=wartadaera&listStyle=list&page=4&category=4198&document_srl=8712 (diambil 27 Oktober 2010)

www.bps.go.id/hasilSP2010/jateng/3309.pdf (diambil 27 Oktober 2010)

<http://www.antarajateng.com/detail/index.php?id=24210> (diambil 27 Oktober 2010)

<http://www.tempointeraktif.com/hg/jogja/2010/10/19/brk,20101019-285731,id.html> (diambil 27 Oktober 2010)

Info Badan POM, edisi Mei-Juni 2010