

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Obesitas**

Dalam satu dekade terakhir, prevalensi obesitas di seluruh dunia meningkat dengan drastis sehingga menempatkan masalah gizi ini menjadi salah satu masalah yang perlu mendapatkan perhatian serius. Obesitas tidak boleh dianggap hanya sebuah konsekuensi dari gaya hidup tidak sehat sehingga menimbulkan risiko signifikan bagi kesehatan. Obesitas harus dianggap sebagai penyakit dan faktor risiko untuk penyakit lainnya (Sudargo dkk, 2014). Pada keadaan obesitas yang kronik akan meningkatkan berbagai penyulit yang mungkin timbul seperti diabetes melitus, dislipidemia, sindrom metabolik, *low back pain*, *osteoarthritis*, *gout/hiperurisemia*, *sleep apnoe*, penyakit kandung empedu, hipertensi, penyakit kardiovaskular maupun sindroma ovarium polikistik pada wanita. Kajian epidemiologis telah memperlihatkan terjadinya peningkatan insiden beberapa penyakit kronis dimaksud yang dihubungkan dengan kenaikan IMT

Obesitas merupakan akibat ketidakseimbangan antara asupan energi dan keluaran energi dalam jangka waktu lama sehingga terjadi penimbunan jaringan lemak yang berlebihan. Asupan energi yang tinggi disebabkan karena konsumsi makanan yang berlebihan, sedangkan keluaran energi yang rendah disebabkan oleh rendahnya aktivitas fisik (Pramono dan Sulchan, 2014). Faktor penyebab obesitas pada remaja bersifat multifaktorial. Peningkatan konsumsi makanan cepat saji (*fast food*), rendahnya aktivitas fisik, faktor genetik, pengaruh iklan, faktor psikologis, status sosial ekonomi, program diet, usia, dan jenis kelamin merupakan faktor-faktor yang berkontribusi pada perubahan keseimbangan energi dan berujung pada kejadian obesitas (Kurdanti dkk, 2015). Faktor yang mendukung timbulnya perilaku remaja dalam mengkonsumsi fast food yaitu kesibukan orang tua khususnya ibu yang tidak sempat menyiapkan makanan di rumah sehingga lebih memilih membeli makanan di luar, lingkungan sosial dan kondisi ekonomi yang mendukung dalam hal besarnya uang saku serta tingkat aktivitas di luar rumah dan di dalam rumah (Evan dkk, 2017).

Peningkatan prevalensi obesitas yang begitu drastis belakangan ini menunjukkan bahwa perubahan lingkungan lebih memengaruhi obesitas secara langsung (Sudargo dkk, 2014). Penerimaan sosial atau pengakuan dari orang tua dan teman sebaya akan mempengaruhi persepsi tubuh seorang remaja sehingga peran orang tua dan teman sebaya akan menimbulkan evaluasi terhadap penampilan, terutama pada remaja (Kurniawan dkk, 2015). Upaya yang dilakukan

remaja putri untuk mendapatkan bentuk tubuh tersebut pada umumnya dilakukan dengan cara yang tidak sehat seperti membatasi pola konsumsi secara ekstrim, olahraga berlebihan, dan mengkonsumsi produk-produk pelangsing (Nomate dkk, 2017).

## **B. Produk Susu Penurun Berat Badan**

Produk pelangsing tubuh adalah produk yang dapat dipercaya untuk menurunkan berat badan baik yang berbentuk obat, jamu, ataupun produk susu (Sakti, 2007). Data dari beberapa penelitian tentang hubungan asupan kalsium dengan berat badan dan lemak tubuh menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi kalsium yang setara dengan 2 gelas susu per hari secara teratur dapat mengurangi risiko kelebihan berat badan hingga 70% (Lakoro, 2013).

Salah satu produk susu penurun berat badan adalah WRP. Susu diet WRP adalah susu yang diproduksi oleh perusahaan Nutrifood Indonesia dalam bentuk cair dan bubuk yang dikonsentrasikan untuk membantu diet bagi para wanita, terbuat dari bahan berkualitas tinggi sudah melalui uji klinis dan aman dikonsumsi tanpa efek samping (Razak, 2016). WRP On The Go merupakan susu diet pengganti makan yang praktis dan mengklaim dapat menghambat kalori sehingga dapat membantu menurunkan berat badan, diperkaya dengan Fiber yang tinggi, Kalsium, dan Protein (WRP, 2020). Iklan WRP mengandung makna konotasi dimana *scene* Diet Gampang dan Sehat ala WRP tergambar dalam meminum susu pagi dan malam dapat mengganti sarapan dan makan malam (Marpaung, 2017). Klaim mengenai produk merupakan suatu strategi marketing yang dilakukan oleh perusahaan swasta. Orang dengan status gizi obesitas lebih banyak yang membaca informasi gizi pada label pangan (Huda dan Andrias, 2016).

## **C. Label Pangan**

Label pangan adalah keterangan mengenai pangan yang berbentuk tulisan, gambar, maupun kombinasi keduanya yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan, dicetak atau merupakan bagian dari kemasan (PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan). Label juga berfungsi sebagai sarana informasi mengenai hal-hal yang perlu diketahui konsumen tentang produk tersebut, sebagai petunjuk yang tepat pada konsumen, sarana periklanan bagi produsen, dan memberi "rasa aman" bagi konsumen (Shalsabya, 2018).

Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dalam peraturan Badan POM Nomor 31 Tahun 2018 menyebutkan bahwa informasi pada label pangan olahan adalah sebagai berikut:

1. Nama produk
2. Daftar bahan
3. Berat bersih
4. Nama dan alamat produsen/pengimpor
5. Halal bagi yang dipersyaratkan
6. Tanggal dan kode produksi
7. Keterangan kadaluarsa
8. Nomor izin edar
9. Asal usul bahan pangan tertentu

Pelabelan pada kemasan pangan telah diatur tersendiri dan secara khusus. Peraturan pelabelan telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tersebut, ketentuan pelabelan tercantum terdiri dari 15 bagian dan 42 Pasal (2 – 43). Definisi label pangan tercantum pada Pasal 1 ayat 3, sedangkan pengawasan dan tindakan administratif. Rincian tentang Label Pangan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rincian Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Pangan

| Bagian | Perihal  | Pasal           |
|--------|--|-----------------|
| 1      | Umum   | (Pasal 2 – 11)  |
| 2      | Bagian Utama Label                                       | (Pasal 12 – 14) |
| 3      | Tulisan pada Label                                       | (Pasal 15 – 16) |
| 4      | Nama Produk Pangan                                       | (Pasal 17 – 18) |
| 5      | Keterangan tentang Bahan yang digunakan                  | (Pasal 19 – 22) |
| 6      | Keterangan tentang Berat Bersih atau Isi Bersih          | (Pasal 23 – 25) |
| 7      | Keterangan tentang Nama dan Alamat                       | (Pasal 26)      |
| 8      | Tanggal Kadaluarsa                                       | (Pasal 27 – 29) |
| 9      | Nomor Pendaftaran Pangan                                 | (Pasal 26)      |
|        | Keterangan tentang Kode Produksi Pangan                  | (Pasal 31)      |
| 10     | Keterangan tentang Kandungan Gizi                        |                 |
| 11     | Keterangan tentang Iradiasi Pangan dan Rekayasa Genetika | (Pasal 32 – 33) |
| 12     |  | (Pasal 34 – 35) |

| Bagian | Perihal   | Pasal           |
|--------|---|-----------------|
| 13     | Keterangan tentang Bahan Pangan yang Dibuat dari Bahan baku alamiah | (Pasal 36 – 37) |
| 14     | Keterangan lain pada label tentang pangan olahan tertentu           | (Pasal 38 – 42) |
| 15     | Keterangan tentang bahan tambahan pangan                            | (Pasal 43)      |

Sumber: PP No.69/1999 tentang Label dan Iklan Pangan

#### D. Klaim Gizi

Klaim gizi merupakan segala bentuk uraian yang menyatakan, menunjukkan atau menyiratkan bahwa makanan memiliki karakteristik gizi tertentu termasuk nilai energi, protein, lemak, karbohidrat serat kandungan vitamin dan mineral. Adapun klaim kandungan zat gizi yaitu klaim yang menggambarkan kandungan zat gizi dalam pangan. Klaim gizi yang diizinkan terkait dengan energi, protein, karbohidrat, lemak, vitamin, dan mineral, serta turunannya yang telah ditetapkan dalam Acuan Label Gizi (ALG). Bentuk pernyataan yang dikaitkan dengan dengan klaim kandungan gizi meliputi “sumber”, “tinggi”, “rendah”, dan “bebas. Adapun untuk klaim perbandingan zat gizi antara lain “dikurangi” dan “ditingkatkan” (BPOM RI, 2016).

Ketentuan yang memuat uraian tentang persyaratan keamanan, mutu, gizi, dan pelabelan untuk Pangan Diet Khusus untuk Kontrol Berat Badan diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 24 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan BPOM Nomor 1 Tahun 2018. Ketentuan tersebut mengatur tentang persyaratan keamanan, mutu, gizi dan pelabelan untuk Pangan Diet Khusus untuk Kontrol Berat Badan. Pangan Diet Khusus untuk Kontrol Berat Badan merupakan pangan yang diformulasikan secara khusus untuk mengendalikan/mengontrol berat badan pada orang dengan berat badan berlebih tanpa penyakit penyerta. Pangan Diet Khusus untuk Kontrol Berat Badan digunakan sebagai pengganti makanan utama sehari, dengan memperhitungkan kebutuhan dan asupan gizi per hari.

Tabel 2. Klaim Kandungan Zat Gizi “Tinggi/Kaya” akan Kalsium

| Klaim               | Persyaratan                                 | Keterangan   |
|---------------------|---|--|
| Tinggi/Kaya Kalsium | Minimum 400 mg/saji<br>Maksimum 550 mg/saji | Rasio Kalsium/Fosfor<br>(1,5-2) : 1<br>Fosfor Minimum 250 mg/saji<br>Fosfor Maksimum 350 mg/saji |

Tabel 3. Klaim Kandungan Zat Gizi “Rendah”

| Komponen | Klaim  | Persyaratan Tidak Kurang Dari  |
|----------|--------|--------------------------------|
| Lemak    | Rendah | Maksimum 30% dari energi total |

Penggunaan klaim tersebut harus memenuhi persyaratan spesifik untuk masing – masing zat gizi. Penggunaan klaim gizi yang sesuai merupakan produk yang mengandung zat gizi sesuai dengan persyaratan BPOM. Klaim gizi yang tidak sesuai persyaratan dikatakan sebagai produk yang informasinya tidak benar atau dapat mengelabui konsumen.

#### **E. Informasi yang Mengelabui**

Informasi yang benar dan lengkap memang dibutuhkan oleh setiap orang sebelum mengambil suatu keputusan. Berkaitan dengan hal ini, sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk konsumen perlu mengetahui informasi yang jelas mengenai produk tersebut. Sikap terhadap informasi gizi dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membaca label pangan dan pemilihan pangan kemasan, membaca informasi gizi terbukti dapat meningkatkan konsumsi makanan sehat dan bergizi. Menurut Shalsabya (2018) mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan. Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat “kecurangan” baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi “rasa aman” pada konsumen dapat tercapai.

#### **F. Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen (UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999). Di dalam UUPK juga dijelaskan tujuan dari perlindungan konsumen, yaitu :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 4 UUPK menjelaskan mengenai hak-hak konsumen, yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Undang-undang Perlindungan Konsumen juga membahas mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang ada di dalam pasal 8 ayat 1. Penjelasan dari pasal tersebut adalah sebagai berikut : (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.