

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan prasyarat mutlak dalam mencapai tujuan pembangunan. Salah satu cara meningkatkan kualitas SDM yaitu dengan memperhatikan status gizi. Faktor gizi merupakan peranan yang penting untuk mendapatkan SDM yang berkualitas (Depkes, 2005). Gizi yang sesuai dengan kebutuhan sangat penting untuk dipenuhi sejak dini agar pertumbuhan dan perkembangan dimulai dari bayi, anak-anak, juga semua kelompok umur bisa berjalan normal sesuai dengan umur (Kemenkes, 2014).

Salah satu cara meningkatkan kualitas SDM yaitu dengan memperhatikan makanan yang dikonsumsi. Dengan makanan kita dapat memperoleh zat-zat untuk kelangsungan pertumbuhan dan perkembangan kehidupan. Dalam memilih makanan juga tidak bisa sembarangan. Hal ini dikarenakan pada era globalisasi ini semakin banyak makanan dengan nilai gizi yang rendah. Salah satu makanan dengan nilai gizi rendah yang marak disukai oleh berbagai kalangan usia adalah *Junk Food* atau dengan nama lain makanan cepat saji. *Junk food* mengandung tinggi lemak, tinggi garam, dan tinggi gula, serta rendah serat (WHO, 2011). Konsumsi *junk food* dapat meningkatkan kejadian obesitas pada anak hingga dewasa.

Obesitas merupakan suatu masalah kesehatan masyarakat karena obesitas berperan penting dalam morbiditas dan mortalitas (Rahmawati, 2012). Peningkatan angka obesitas umumnya sering dikaitkan dengan kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi makanan dengan jumlah energi lebih dari yang dibutuhkan.

Menurut Kurdanti, dkk, (2015) selain dari pola konsumsi yang salah, ada beberapa faktor yang berkontribusi pada perubahan keseimbangan energi dan berujung terjadinya obesitas yaitu peningkatan konsumsi makanan cepat saji (*fast food*), rendahnya aktivitas fisik, faktor psikologis, faktor genetik, status sosial ekonomi, program diet, jenis kelamin, usia, dan pengaruh iklan.

Menurut data Kemenkes (2018) di Indonesia, sebanyak 13,5% orang dewasa usia 18 tahun ke atas mengalami kelebihan berat badan, sementara data orang dewasa yang mengalami obesitas ($IMT \geq 25$) yaitu sebanyak 28,7% dan berdasarkan indikator Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN) pada tahun 2015-2019 obesitas dengan $IMT \geq 27$ sebanyak 15,4%. Sedangkan pada anak usia 5-12 tahun, sebanyak 18,8% mengalami kelebihan berat badan dan 10,8% obesitas. Berdasarkan SIRKESNAS (2016) data terakhir situasi obesitas menunjukkan keadaan belum terkendali yaitu angka obesitas dengan $IMT \geq 27$ meningkat menjadi 20,7% sementara obesitas $IMT \geq 25$ menjadi 33,5%.

Lia, dkk (2015) menyatakan bahwa kondisi lapar sangat tidak baik untuk melakukan diet, hal ini dikarenakan saat dalam kondisi lapar tubuh lebih cenderung akan makan lebih cepat dan dalam porsi besar sehingga tubuh akan mengalami kelebihan kalori yang akan menjadi timbunan lemak. Selain dengan menghindari asupan makanan, diet dengan mengkonsumsi produk penurun berat badan menjadi salah satu pilihan untuk menurunkan berat badan secara instan. Hal tersebut menjadi salah satu diet yang tidak sehat yang dapat menjadi penyebab utama penyakit tidak menular. Dikatakan diet tidak sehat karena pada umumnya konsumen produk penurun berat badan tidak memperhatikan pola makan yang baik.

Produk pangan yang dikonsumsi oleh masyarakat harus memenuhi persyaratan mutu dan keamanan pangan yang telah ditetapkan. Salah satunya adalah praktek pelabelan kemasan pangan yang menjadi hal yang sangat penting. Hal ini dikarenakan label merupakan sarana komunikasi antara konsumen dan produk. Terutama dalam produk hasil industri rumah tangga (IRTP) masalah label masih sering dihadapi. Menurut Wijaya dan Rahayu (2014) dalam Indah, dkk (2018), pengetahuan IRTP di Kota Bogor sudah memenuhi peraturan yang berlaku yaitu peraturan pelabelan pangan sesuai dengan PP No.60 Tahun 1999, namun hanya 16% pengelola IRTP yang benar-benar memahami tentang isi peraturan label kemasan pangan tersebut.

Pada umumnya pada label dan iklan pangan olahan memiliki klaim yang tercantum pada kemasan dan iklan produk. Klaim tersebut di antara lain adalah klaim gizi atau klaim kesehatan. Pencantuman klaim dan iklan pada produk penurunan berat badan harus mendapat perhatian lebih dikarenakan banyaknya produk abal yang beredar dipasaran yang belum memiliki persetujuan edar dari lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Menurut Kepala BPOM tentang Label dan Iklan Pangan Olahan, keterangan yang tercantum pada label pangan olahan harus benar dan tidak memuat keterangan yang berlebihan. Hal ini dikarenakan dapat menyebabkan gambaran atau kesan yang sebenarnya tentang pangan pada calon konsumen.

Hasil pengawasan label pangan dan iklan di Indonesia yang dilaksanakan oleh BPOM selama beberapa tahun terakhir mendapatkan sejumlah pelanggaran. Dengan rata-rata sebesar 22,8% memiliki pelanggaran label Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan sedangkan iklan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan mendapatkan rata-rata sebesar 15,15%. Jenis pelanggaran iklan yang ditemukan pada *testimony*, iklan produk tanpa izin edar, dan pencantuman klaim berlebihan (POM, 2017).

Penelitian ini dilanjutkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2020) yang sebelumnya menggunakan Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menjadi Peraturan BPOM No. 24 Tahun 2018. Jika dibandingkan dengan regulasi sebelumnya yaitu Peraturan Pemerintah No.69/1999 memiliki kelemahan yaitu tahun dikeluarkannya peraturan sudah terlampaui lama dan kurang lengkap dibandingkan peraturan yang terbaru. Sehingga peneliti melakukan penelitian perbaruan dengan peraturan yang terbaru yang lebih lengkap dan detail. Perbedaan antara Peraturan Pemerintah No.69/1999 dengan Peraturan BPOM No.24/2018 adalah memiliki kriteria yang diteliti lebih mendalam.

Berdasarkan alasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pemenuhan persyaratan pelabelan produk pangan olahan pada produk minuman penurunan berat badan yang dijual secara *online* maupun pada *swalayan* berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 18

Tahun 2012 tentang pangan dan kesesuaiannya berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 31 Tahun 2018.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kesesuaian pencantuman label dan klaim pada kemasan produk minuman penurun berat badan dengan peraturan yang berlaku?

C. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Untuk mengetahui kesesuaian pencantuman label dan klaim pada kemasan produk minuman penurun berat badan

b. Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi kesesuaian label kemasan produk minuman penurun berat badan dengan Peraturan BPOM No. 31/2018 tentang Label Pangan Olahan
2. Mengidentifikasi dan mengevaluasi pelanggaran yang terjadi pada label dan klaim kemasan produk minuman penurun berat badan sesuai dengan Peraturan BPOM No. 31/2018 tentang Label Pangan Olahan
3. Mengidentifikasi dan menganalisis isi klaim pada label produk minuman penurun berat badan sesuai dengan Peraturan BPOM No. 13/2016 tentang Pengawasan Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan

C. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang keamanan produk minuman penurun berat badan

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang memilih produk minuman penurun berat badan yang aman dan bermutu untuk dikonsumsi

D. Kerangka Konsep

