

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat mengalami perubahan seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan, termasuk kebiasaan konsumsi susu (Simorangkir, 2009). *Food and Agriculture Organization* (FAO) tahun 2008 menyatakan bahwa tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia masih tergolong rendah di Asia. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tahun 2012, tingkat konsumsi susu (liter/kapita/tahun) di beberapa negara berkembang, seperti Malaysia (50,9), India (47,1), Singapura (44,5), Thailand (33,7), Vietnam (14,3), Philipina (13,7), dan terendah Indonesia 12,85 liter perkapita pertahun. Kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi susu sebagai langkah peningkatan kualitas hidup perlu dibangkitkan karena susu memiliki berbagai manfaat, diantaranya menunjang pertumbuhan, meningkatkan kekebalan tubuh dan mencegah osteoporosis. Hal ini mendapat dukungan dari Departemen Kesehatan RI yang menyatakan pentingnya pencegahan osteoporosis sejak dini, salah satunya dengan konsumsi makanan tinggi kalsium, seperti susu tinggi kalsium (Zahria, 2009). Kalsium merupakan mineral penyusun tubuh yang mengalami penurunan 1% setiap tahunnya setelah usia 20 tahun (Wachid, 2007 dalam Simorangkir, 2009).

Berbagai merk produk susu tinggi kalsium beredar di masyarakat dengan memperlihatkan keunggulan masing-masing, salah satunya dari segi kandungan gizi. Informasi terkait gizi dalam suatu produk dapat diperoleh dari label gizi

maupun klaim gizi (Sulaeman, 2009). Pengetahuan konsumen terkait label gizi sangat diperlukan guna terbentuknya perilaku membaca label yang merupakan kewajiban konsumen dalam 13 pesan dasar Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS) (Sandjaja, 2009). Hal ini ditegaskan pada pasal 5 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Di sisi lain, berdasarkan hasil Kegiatan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), masyarakat Indonesia kurang memperhatikan label beserta kelengkapannya (BPKN, 2007)

Hasil observasi di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Malang, sebagian besar konsumen yang membeli produk susu tinggi kalsium adalah konsumen wanita. Fokus perhatian konsumen wanita terletak pada merk dan harga produk. Oleh karena itu, diperlukan penelitian terkait “Tingkat Pengetahuan, Pemanfaatan Label Gizi dan Klaim Gizi pada Kemasan Produk Susu Tinggi Kalsium, serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Kasus: Konsumen Wanita di Giant Mall Olympic Garden Malang)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana tingkat pengetahuan, pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya pada konsumen wanita di Giant Mall Olympic Garden Malang?

1.3 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui tingkat pengetahuan, pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya pada konsumen wanita di Giant Mall Olympic Garden Malang.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Mengetahui tingkat pengetahuan konsumen wanita terkait label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.
- b. Mengetahui tingkat pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.
- c. Menganalisis hubungan antara faktor internal (usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan pengeluaran susu) dengan tingkat pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.
- d. Menganalisis hubungan antara faktor eksternal (sumber pribadi dan sumber komersial) dengan tingkat pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.
- e. Menganalisis hubungan antara faktor internal dan eksternal dengan tingkat pengetahuan konsumen wanita.
- f. Menganalisis hubungan antara tingkat pengetahuan dengan pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.

- g. Menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan, faktor internal dan eksternal terhadap pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait gambaran tingkat pengetahuan, pemanfaatan label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait label gizi dan klaim gizi pada kemasan produk susu tinggi kalsium, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemanfaatan label gizi dan klaim gizi dalam pemilihan suatu produk.