

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

World Health Organization (WHO) tahun 2023, melaporkan bahwa pada tahun 2022 data terkait prevalensi balita *stunting* di dunia sebesar 22,3% atau sekitar 148,1 juta balita di dunia mengalami *stunting*. Lebih lanjut WHO (2023), melaporkan pada tahun 2022 data terkait prevalensi balita *stunting* di wilayah Asia Tenggara sebesar 26,4% atau sekitar 14,4 juta balita di wilayah Asia Tenggara mengalami *stunting*. Hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Tahun 2022 melaporkan kejadian *stunting* di Indonesia sebesar 21,6% dan mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya (2021) sebesar 24,4%, pada tahun 2022 angka *stunting* mengalami penurunan sebesar 2,8%.

Conceptual Framework of Malnutrition (UNICEF, 2021), menunjukkan dua penyebab langsung kejadian *stunting* adalah asupan makanan dan penyakit infeksi. Kedua faktor tersebut berhubungan dengan pola asuh, akses terhadap makanan, layanan kesehatan dan sanitasi. Akar penyebab kejadian *stunting* pada tingkat individu dan rumah tangga adalah tingkat pendidikan dan pendapatan rumah tangga. Supariasa dan Purwaningsih (2019), terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kejadian *stunting*, variabel yang paling berpengaruh terhadap kejadian *stunting* adalah pendapatan, pemberian ASI, dan besar keluarga. Lebih lanjut; pendapatan, besar keluarga, pendidikan ayah dan pekerjaan ayah merupakan variabel yang menjadi faktor utama kejadian *stunting*; kemudian faktor pelindung untuk faktor utama adalah pemberian ASI pada anak dan oleh karena itu, jika faktor pelindung diterapkan maka pendapatan, pendidikan ayah, dan pekerjaan ayah tidak lagi menjadi faktor utama penyebab *stunting* pada anak usia dini.

Mengatasi *stunting* pada anak terutama baduta, perlu dilakukan intervensi pada penyebab *stunting* terutama pada salah satu penyebab langsung yaitu asupan gizi atau makanan. Salah satu cara dalam mencegah *stunting* menurut Rahayu dkk. (2018) yang diakibatkan oleh asupan gizi atau makanan adalah dengan memberikan Makanan Pendamping ASI (MP-ASI) setelah anak berusia 6 bulan. Pemberian MP-ASI termasuk dalam intervensi gizi spesifik yang merupakan kegiatan yang mengatasi penyebab langsung pada suatu masalah gizi. Khasanah (2016) terkait ketepatan waktu pemberian MP-ASI, menunjukkan

bahwa pemberian MP-ASI yang waktu dimulainya tidak tepat memiliki risiko 2,8 kali untuk menjadi *stunting*. Fitri dan Ernita (2019), juga menyatakan terdapat hubungan signifikan ($p = 0,001$) pada pemberian MP-ASI terhadap kejadian *stunting* di Wilayah Kerja Puskesmas Rawat Inap Sidomulyo Pekanbaru.

Departemen Kesehatan RI (2006), MP-ASI dibedakan menjadi dua yaitu MP-ASI Lokal dan MP-ASI Komersial. MP-ASI Lokal adalah makanan tambahan yang diolah dirumah tangga atau di Posyandu dan dapat dibuat sendiri, sedangkan MP-ASI Komersial adalah makanan yang disediakan dengan olahan dan bersifat instan dan beredar dipasaran untuk menambah energi dan zat-zat gizi esensial pada bayi. Asosiasi Dietisien Indonesia (ASDI), Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI), dan Persatuan Ahli Gizi Indonesia (Persagi) tahun 2014, melaporkan MP-ASI yang beredar di masyarakat terbagi menjadi 2, yaitu MP-ASI yang dibuat di rumah atau di pabrik (komersial) dan makanan yang biasa dikonsumsi keluarga serta dimodifikasi sesuai kebutuhan bayi. Rochyani dkk. (2007) menyatakan bahwa MP-ASI komersial memiliki daya terima yang lebih baik dibandingkan MP-ASI program, selain itu MP-ASI komersial berpengaruh terhadap penambahan berat badan ($p = < 0,001$) dan panjang badan bayi namun tidak signifikan ($p = > 0,05$) yang diberikan selama 90 hari.

Produk MP-ASI komersial ataupun bahan pangan olahan lain diwajibkan untuk mencantumkan label, informasi nilai gizi, kandungan gizi, dan klaim gizi pada kemasan yang sesuai dengan target konsumen dari produk tersebut. Beberapa penelitian terkait kesesuaian label, informasi nilai gizi, dan label pada kemasan produk pangan olahan masih ditemukan yang tidak sesuai dengan standar peraturan. Alsiya (2023), dalam penelitiannya terkait *snackbar* bagi penderita obesitas, terdapat 6 produk yang tidak sesuai terkait pencantuman label berdasarkan Peraturan BPOM No. 31 tahun 2018 tentang Label pada Pangan Olahan, kemudian terdapat 5 produk yang klaim gizinya tidak sesuai dengan Peraturan BPOM No. 1 tahun 2022 tentang Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan yaitu produk dengan klaim rendah lemak. Firdhauzyi (2023), dalam penelitiannya terdapat 4 produk yang klaim rendah gula dan rendah lemak tidak sesuai dengan Peraturan BPOM No. 1 tahun 2022 tentang Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan pada produk *snack* untuk penyandang diabetes. Saputra dkk. (2023), dalam penelitiannya sebanyak 248 klaim (90%) sesuai dengan persyaratan BPOM dan 27 klaim (10%) tidak sesuai dengan persyaratan BPOM. Produk yogurt yang mencantumkan ING secara lengkap sebanyak 136 produk

dengan (87%), sedangkan 21 produk (13%) tidak mencantumkan ING secara lengkap. Informasi pada label pangan yang masih belum lengkap adalah keterangan label halal dengan persentase 0% untuk produk yogurt dengan izin edar ML. Atmaja dkk. (2017), dalam penelitiannya didapatkan hasil sebesar 86% kandungan gizi MP-ASI biskuit dan 96% MP-ASI bubuk instan sudah mengikuti SNI 2005, akan tetapi jika dikonfirmasi kesesuaiannya dengan standar *Codex Alimentarius*, sebesar 69% kandungan gizi pada MP-ASI biskuit belum memenuhi rekomendasi, sedangkan pada MP-ASI bubuk instan sebesar 88% sudah memenuhi rekomendasi.

Pencantuman label pangan diatur dalam Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. Label pangan ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengetahui berbagai informasi yang ada dalam sebuah produk pangan tidak terkecuali MP-ASI komersial. Asgha (2016), dalam penelitiannya para responden atau konsumen memiliki kesadaran akan pentingnya membaca informasi nutrisi pada label gizi dan hal tersebut sesuai dengan anjuran Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2022) dimana membaca label dengan memperhatikan informasi gizi dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan makanan yang aman dan tepat untuk kebutuhannya. Salah satu persyaratan pencantuman label pada Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018, setiap produsen atau pengimpor wajib mencantumkan kandungan gizi dan non-gizi pada kemasan produk mereka tidak terkecuali MP-ASI komersial. Pencantuman kandungan gizi dan non-gizi atau disebut Informasi Nilai Gizi (ING) diatur dalam Peraturan BPOM No. 26 Tahun 2021 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan. Produk pangan tidak terkecuali MP-ASI komersial harus dibuat sesuai dengan standar kandungan gizinya yang diatur dalam Peraturan BPOM No. 24 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Pangan Olahan Untuk Keperluan Gizi Khusus, yang di dalamnya memuat standar kandungan zat gizi pada produk MP-ASI komersial berdasarkan usia 6 – 12 bulan dan usia 12 – 24 bulan.

Ketentuan pencantuman klaim gizi pada sebuah produk pangan diatur dalam Peraturan BPOM No. 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan. BPOM (2022), klaim adalah segala bentuk uraian yang menyatakan, menyarankan atau secara tidak langsung menyatakan perihal karakteristik tertentu suatu pangan yang berkenaan dengan asal usul, kandungan

gizi, sifat, produksi, pengolahan, komposisi atau faktor mutu lainnya. Produk MP-ASI komersial, selain mencantumkan label pangan juga mencantumkan klaim gizi. Klaim zat gizi tersebut disesuaikan dengan tujuan dari produk pangan tersebut. Atmaja dkk. (2017), klaim yang sering muncul pada produk MP-ASI komersial secara berturut-turut adalah zat besi, kalsium, protein, serat pangan, dan vitamin A. Bandara dkk. (2016), pemberian label makanan, kebenaran klaim gizi, dan izin edar produsen harus sesuai dengan regulasi yang ada dan harus memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan konsumen. Pencantuman label, informasi nilai gizi, kandungan gizi, dan klaim gizi jika terdapat yang tidak sesuai dan menyesatkan, maka pihak produsen telah melanggar Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi masyarakat atau konsumen dari mengkonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan dan informasi yang salah.

Terkait paparan latar belakang yang ada, perlu dilakukan analisis pada beberapa produk MP-ASI komersial yang dijual secara umum. Analisis tersebut dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian label gizi, kesesuaian informasi nilai gizi (ING), kesesuaian zat gizi, dan kesesuaian klaim gizi yang ada pada kemasan produk MP-ASI komersial sudah sesuai atau belum berdasarkan standar yang telah ada, terutama zat gizi yang penting bagi para baduta dalam mencegah terjadinya *stunting*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kesesuaian label, informasi nilai gizi, kandungan gizi, dan klaim gizi pada produk MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Menganalisis kesesuaian label, informasi nilai gizi, kandungan gizi, dan klaim gizi pada produk MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta.

2. Tujuan Khusus

- a. Menganalisis kesesuaian label produk MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta berdasarkan Peraturan BPOM No. 31 Tahun

- 2018 tentang Label Pangan Olahan dan dilakukan analisis dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kesesuaian label.
- b. Menganalisis kesesuaian informasi nilai gizi (pada label Informasi Nilai Gizi/ING) MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta berdasarkan Peraturan BPOM No. 26 Tahun 2021 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan dan dilakukan analisis dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kesesuaian informasi nilai gizi.
 - c. Menganalisis kesesuaian kandungan zat gizi MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta berdasarkan Peraturan BPOM No. 24 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Pangan Olahan Untuk Keperluan Gizi Khusus dan dilakukan analisis dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kesesuaian kandungan zat gizi.
 - d. Menganalisis kesesuaian klaim gizi MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta berdasarkan Peraturan BPOM No. 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim Pada Label Dan Iklan Pangan Olahan dan dilakukan analisis dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait kesesuaian klaim gizi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para pembaca mengenai pentingnya kesesuaian pencantuman label, informasi nilai gizi, dan klaim gizi produk MP-ASI komersial dalam percepatan penurunan *stunting* pada baduta sehingga masyarakat dapat lebih teliti dan bijak dalam memperhatikan label produk untuk pertimbangan dalam pembelian produk tersebut.

2. Manfaat Keilmuan

Dapat memberikan manfaat untuk dijadikan bahan kajian pustaka, sumber literatur dan perbandingan dalam penyusunan penelitian baru.

E. Kerangka Konsep

