

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi sebagian orang label nutrisi pada kemasan makanan mungkin tidak terlalu menarik untuk disimak, tetapi pada dasarnya label nutrisi harus tercantum pada kemasan makanan yang akan kita konsumsi. Ada tidaknya label nutrisi tersebut pada suatu produk juga bisa dijadikan tolak ukur kepedulian produsen terhadap para konsumennya dan yang terpenting bagi konsumen, label nutrisi itu menjadi panduan dalam memilih dan memilah makanan seperti apa yang patut dikonsumsi. Konsumen berhak untuk mendapat informasi sebanyak-banyaknya atas apa yang ia beli dan ia konsumsi.

Label nutrisi diartikan sebagai pernyataan atau deskripsi kuantitatif dengan suatu standarisasi, yang tercetak pada suatu kemasan yang memberikan informasi mengenai kandungan nutrisi yang terdapat dalam makanan, dimana label nutrisi ini dapat membantu konsumen dalam mengetahui jumlah kalori yang akan dikonsumsi. Namun masih banyak supermarket di Indonesia termasuk yang berskala hipermarket, terkadang menjual produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan label nutrisi pada makanan. Pengelola supermarket sebagai tangan kedua dari produsen langsung, ataupun Pemerintah beserta badan/lembaga resmi yang ditunjuk seharusnya lebih menekan produksi makanan yang hanya mementingkan keuntungan semata tersebut agar mencantumkan label nutrisi pada kemasan produksi makanannya. Di negara maju, konsumen sangat dimanjakan dengan berbagai macam pilihan makanan sesuai dengan kebutuhan nutrisi konsumennya, contoh di Jerman label nutrisi pada kemasan makanan dipastikan selalu ada (Sabina Setiawan, 2008).

Sudah saatnya kita sebagai konsumen yang selama ini tidak diuntungkan agar lebih cerdas memilih makanan kemasan yang berlabel nutrisi demi kesehatan jangka panjang diri kita sendiri dan keluarga kita serta masyarakat Indonesia.

Jadi, masalah yang harus ditanggulangi secara serius adalah kesadaran dari masyarakat itu sendiri untuk membaca label nutrisi yang tertera pada setiap makanan yang ingin mereka konsumsi. Masyarakat harus sadar betapa mahalny hidup sehat itu. Hanya dengan cara itu masyarakat luas bisa menjaga dan mengatur kesehatan seperti yang mereka inginkan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Apakah responden di Supermarket Carrefour Kiara Condong mengetahui tentang label nutrisi.
2. Bagaimana sikap responden di Supermarket Carrefour Kiara Condong mengenai pencantuman label nutrisi.
3. Bagaimana perilaku responden di Supermarket Carrefour Kiara Condong terhadap pencantuman label nutrisi.

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud penelitian

Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membaca label nutrisi sehingga mengetahui zat gizi apa yang mereka dapatkan dari suatu produk.

1.3.2 Tujuan penelitian

Mengetahui sejauh mana wanita yang berbelanja di Supermarket Carrefour Kiara Condong paham tentang label nutrisi pada makanan.

1.4. Manfaat Karya Tulis Ilmiah

1.4.1. Manfaat akademis

Memberikan gambaran mengenai pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumen terhadap label nutrisi.

1.4.2. Manfaat praktis

Konsumen mengetahui manfaat dari label nutrisi dan menjadi sadar untuk membaca dan memahami arti yang tertulis pada label nutrisi tersebut.

1.5. Kerangka Pemikiran

Label pangan maupun label nutrisi merupakan bentuk tanggung jawab produsen terhadap produk makanan yang dikeluarkannya. Pencantuman label tersebut sebenarnya untuk membantu konsumen supaya konsumen mengetahui zat gizi apa saja yang terkandung dalam produk yang sedang dia konsumsi, sehingga konsumen bisa memilih zat gizi yang dia perlukan dan yang tidak.

Konsumen sebagai pengguna produk sudah seharusnya menyadari pentingnya pencantuman label tersebut sehingga bisa memilih produk yang dikonsumsi berdasarkan nilai gizi yang tercantum dalam label, dan menghindari produk-produk yang tidak atau kurang jelas dalam mencantumkan label pangan.

1.6. Metodologi

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah observasional deskriptif dengan *cross sectional study*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara menggunakan kuesioner kepada masyarakat di Supermarket Carrefour Kiara Condong, kemudian dilakukan penilaian dengan tolak ukur yaitu : sikap, perilaku, dan pengetahuan dari masyarakat.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Carrefour Kiara Condong dengan waktu penelitian sejak bulan Desember 2008 hingga Desember 2009.