

Kepedulian Konsumen terhadap Label dan Informasi Bahan Tambah Pangan (BTP) pada Label Kemasan Pangan di Kota Bogor

Consumer Awareness on Label of Food Packaging and Information of Food Additives in Bogor City

Hendry Noer Fadlillah¹, Lilis Nuraida^{2,3}, Eko Hari Purnomo^{2,3}

¹Program Studi Magister Profesional Teknologi Pangan, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor

²Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor

³SEAFast Center, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Institut Pertanian Bogor

Abstract. *Food additives are widely used in many food products. Producers must inform food additives used on the label of food products. Consumers are expected to read label to get information about the composition and ingredients of the product, including food additives. The aim of the research was to evaluate consumer awareness on food label and food additives in Bogor city. Data was collected by survey and processed statistically using SPSS. The respondents were divided into two groups. The first group was 15-24 years old, and the second group was >24 years old respondent. The numbers of respondent were 201 people for group 15-24 and 150 for >24 years old. The result showed, respondents who always read label were 33% of 15-24 group and 67% of >24 group. Of the respondent reading label, 95% of 15-24 years old and 73% of >24 years old recognized the term of food additives. Statistic analysis by Chi square showed correlation between education to the habit of respondents in reading label. Similar trend was also observed for income. Higher income and education respondents read label more frequent.*

Keywords: *Food label, food additive, food ingredients, consumer awareness*

Abstrak. Bahan tambahan pangan (BTP) digunakan secara luas dalam berbagai produk pangan. Produsen wajib menyantumkan informasi BTP yang ditambahkan pada label. Konsumen diharapkan membaca label pangan untuk mendapatkan informasi mengenai komposisi dan ingridien produk, termasuk jenis BTP. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepedulian konsumen terhadap label dan BTP di kota Bogor. Metode yang digunakan adalah survei. Data yang diperoleh kemudian diolah secara statistik menggunakan program SPSS. Responden dibagi dalam dua kelompok, yakni kelompok berusia 15-24 tahun dan berusia >24 tahun. Responden yang terlibat dalam survei berjumlah 201 orang untuk kelompok 15-24 tahun dan 150 orang untuk kelompok >24 tahun. Hasil survei menunjukkan responden yang selalu membaca label untuk kelompok berusia 15-24 tahun dan >24 tahun masing-masing adalah sebanyak 33% dan 67%. Dari yang membaca label, sebanyak 95% responden usia 15-24 tahun dan 73% responden usia >24 tahun yang mengenal istilah BTP. Analisis statistik dengan Chi square menunjukkan adanya korelasi antara pendidikan terhadap kebiasaan membaca label. Hal yang sama juga berlaku pada pendapatan. Semakin tinggi pendidikan dan pendapatan responden, frekuensi membaca labelnya juga semakin tinggi.

Kata kunci: Label pangan, bahan tambahan pangan, ingridien pangan, kepedulian konsumen

Aplikasi Praktis: Hasil penelitian ini sangat penting untuk memberikan data mengenai kepedulian konsumen dalam membaca label, termasuk jenis informasi yang dibaca pada label dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi. Survei ini juga memberi informasi mengenai tingkat pengetahuan dan jenis BTP yang menjadi perhatian konsumen. Data yang diperoleh dapat memberi masukan kepada instansi terkait dan juga industri pangan untuk melakukan strategi edukasi kepada konsumen.

PENDAHULUAN

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan (PP 1999). Pemberian label pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang

benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi pangan (UU 2012). Konsumen perlu memberikan perhatian yang cukup terhadap informasi yang tercantum pada label pangan. Zahara dan Triyanti (2009) menyebutkan bahwa tingkat kepatuhan membaca label responden umumnya masih rendah, walau peneli-

tian yang dilakukan oleh Vania *et al.* (2013) menyebutkan, 82.1% responden sebenarnya memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap label pangan. Label merupakan sarana yang penting untuk mendapatkan informasi mengenai BTP yang digunakan dalam produk pangan yang dikonsumsi. Pemerintah melalui Undang-undang No. 18 tahun 2012 tentang pangan mewajibkan produsen untuk mencantumkan label pada kemasan. Salah satu informasi yang wajib dicantumkan pada label adalah daftar bahan yang digunakan, termasuk di dalamnya bahan tambahan pangan (BTP).

BTP merupakan bahan yang ditambahkan ke dalam pangan untuk mempengaruhi sifat atau bentuk pangan (Permenkes 2012). Setiap BTP dalam produk pangan memiliki sifat dan peranan yang spesifik. Sebelum digunakan, BTP harus mendapat izin terlebih dahulu dari lembaga berwenang. Di Indonesia, BTP wajib didaftarkan ke Badan POM RI. Praktek penggunaan BTP telah diatur oleh Pemerintah, baik dalam bentuk Undang-undang (Undang-undang No. 18 tahun 2012 tentang Pangan), Peraturan Menteri Kesehatan (Peraturan Menteri Kesehatan No. 033 tahun 2012 tentang Bahan Tambahan Pangan), atau Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. No. HK.03.1.23.11.11.09909 tahun 2011 tentang Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan Olahan, Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. 4 tahun 2014 tentang Batas Maksimum Penggunaan BTP Pemanis, dan lain-lain). Beberapa hal yang diatur antara lain jenis yang diijinkan, batas maksimum penggunaan, pencantuman pada label, dan sebagainya. Namun demikian walau telah diatur dengan ketat, masih banyak praktek-praktek penggunaan BTP yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku, antara lain penambahan yang melebihi dosis, penggunaan bahan kimia berbahaya yang bukan diperuntukkan sebagai BTP, dan lainnya. Oleh sebab itu, konsumen perlu memberikan perhatian yang cukup terhadap informasi BTP. Perhatian terhadap BTP juga penting untuk menakar jumlah yang boleh dikonsumsi, sebab BTP memiliki nilai ADI (acceptable daily intake). Selain itu, beberapa jenis BTP harus mendapat perhatian khusus bagi kelompok konsumen tertentu, seperti penderita fenilketonuria (PKU) yang dilarang untuk mengonsumsi pemanis buatan aspartam (EFSA 2014). Sebaliknya bagi penderita diabetes, sangat penting untuk memilih produk dengan pemanis rendah kalori.

Survei yang dilakukan oleh *International Food Information Council Foundation* (2012) di Amerika Serikat menunjukkan, masa kedaluwarsa dan informasi nilai gizi adalah informasi utama yang menjadi perhatian konsumen. Sementara itu, daftar ingridien (termasuk BTP) berada di urutan ketiga. Penelitian yang dilakukan oleh *Food Safety Authority of Ireland* (2009) menunjukkan, sebanyak 25% responden Irlandia selalu membaca label ketika akan membeli produk pangan. Informasi yang paling dicari ketika membaca label adalah informasi nilai gizi, jumlah kalori, dan ingridien. Penelitian terhadap label di Indonesia masih bersifat

umum. Masih jarang penelitian yang menggali jenis informasi yang dibaca pada label. Selain itu, penelitian mengenai pemahaman responden terhadap BTP dan bagaimana kebiasaan responden membaca informasi BTP pada label juga masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai perilaku dan kebiasaan konsumen dalam membaca label, termasuk jenis informasi apa saja yang diperhatikan pada label. Selain itu, penelitian ini untuk memperoleh data apakah responden mengenal istilah BTP dan juga seberapa besar kepedulian responden terhadap informasi BTP.

BAHAN DAN METODE

Bahan dan alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain 1) kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, 2) label produk pangan sebagai contoh, dan 3) program SPSS dan Excel untuk pengolahan data.

Metode

Penetapan responden. Dalam penelitian ini dipilih kelompok usia 15-24 dan >24 tahun. Kelompok usia 15-24 berada dalam masa sekolah menengah dan perguruan tinggi dan digunakan untuk mengevaluasi sasaran program pendidikan remaja (BPS 2014). Kelompok usia >24 tahun memiliki perbedaan karakter (seperti pendidikan dan pendapatan), yang kemungkinan dapat mempengaruhi kebiasaan membaca label dan kepedulian terhadap informasi BTP. Berdasarkan hal tersebut, kriteria inklusi untuk mengetahui kebiasaan responden dalam membaca label adalah penduduk kota Bogor berusia 15-24 tahun dan lebih dari 24 tahun, serta berbelanja produk dalam kemasan. Untuk kepedulian responden terhadap label maka responden yang tidak membaca label menjadi kriteria eksklusi. Untuk kepedulian responden terhadap informasi BTP, responden yang tidak membaca informasi BTP menjadi tambahan kriteria eksklusi (Tabel 1).

Data Badan Pusat Statistik (BPS 2015) menyebutkan jumlah penduduk kota Bogor mencapai 1 013 019 jiwa. Berdasarkan rumus Slovin maka jumlah sampel (Sevilla 2007) yang perlu diambil untuk masing-masing kelompok adalah 100 orang, yang dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + n(e^e)}$$

$$n = \frac{1\ 012\ 019}{1 + 1\ 013\ 019\ (0.1)^2}; n = 99.99$$

dimana: N = ukuran populasi; n= ukuran sampel, e=nilai batas ketelitian kesalahan dalam penarikan sampel (persisi yang ditetapkan 10%, dengan tingkat kepercayaan 90%).

Penyusunan kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen untuk menggali informasi pada label. Informasi yang digali dalam kuesioner mencakup profil responden, kepedulian terhadap label, pengaruh label terha-

dap pembelian, dan kepedulian terhadap informasi BTP. Pertanyaan pada kuesioner merupakan pertanyaan tertutup (terdapat beberapa pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan yang diberikan). Kuesioner diujicobakan kepada masing-masing 15 responden usia 15-24 tahun dan >24 tahun. Hasil uji coba digunakan untuk perbaikan kuesioner.

Tabel 1. Kriteria penetapan dan jumlah responden pada berbagai fokus survei

| Fokus survei | Kriteria | Jumlah responden | |
|---|--|------------------|-----------|
| | | 15-24 tahun | >24 tahun |
| Kepedulian terhadap label | - Membeli produk pangan olahan dalam kemasan | 201 | 150 |
| Pengaruh label terhadap keputusan pembelian | - Membeli produk pangan olahan dalam kemasan - Membaca label | 166 | 148 |
| Kepedulian terhadap BTP | - Membeli produk pangan olahan dalam kemasan - Membaca label - Membaca BTP | 155 | 123 |

Pelatihan enumerator. Pelaksanaan survei melibatkan 2 orang enumerator yang merupakan mahasiswa Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, FATETA IPB. Sebelum pelaksanaan, enumerator memperoleh dua kali pelatihan dengan materi meliputi label dan BTP, prosedur survei, penentuan target responden, tata cara menyampaikan pertanyaan, serta teknik penjelasan informasi BTP kepada responden.

Pelaksanaan survei. Survei dilakukan di beberapa tempat umum, seperti sekolah, tempat perbelanjaan, kantin, dan lainnya. Enumerator mewawancarai responden berdasarkan pada pertanyaan dalam kuesioner. Tahap pertama, enumerator menanyakan profil (pendapatan dan pendidikan) dan kebiasaan responden dalam membaca label (beserta alasan membaca/tidak membaca label). Pertanyaan mengenai pengaruh label terhadap keputusan pembelian, informasi yang diperhatikan pada label dan pengenalan responden terhadap istilah BTP, dan kebiasaan membaca informasi BTP (beserta alasan-nya) serta tingkat kepentingan informasi BTP diberikan pada konsumen yang membaca label. Responden yang membaca informasi BTP mendapat pertanyaan lebih lanjut mengenai sumber mendapatkan informasi BTP dan jenis BTP yang menjadi perhatian responden.

Pengolahan data. Data yang diperoleh bersifat kategorik dan ordinal, sehingga diolah secara non parametrik menggunakan program SPSS. Pengolahan data meliputi analisis deskriptif, uji ranking, uji beda, dan analisis hubungan (ketergantungan). Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui data responden yang berhubungan dengan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan rata-rata konsumen setiap bulan. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan hasil antara

jawaban responden kelompok 15-24 tahun dengan >24 tahun dilakukan uji dengan metode Mann Whitney (Fukuda dan Yasuo 1997). Hipotesis yang digunakan adalah tolak H0 (tidak ada perbedaan) jika P-value (asym.sig) lebih kecil dari alpha 5%.

Untuk menentukan urutan prioritas responden terhadap pilihan jawaban dilakukan uji ranking. Ranking untuk masing-masing parameter dirata-ratakan dari setiap responden, sehingga diperoleh ranking keseluruhan. Nilai terendah menunjukkan tingkat ranking yang lebih tinggi. Untuk menguji ketergantungan antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label, dan tingkat pendapatan dengan kebiasaan membaca label dilakukan uji Chi square dengan prosedur *cross tabulation (crosstab)*. Hipotesis yang digunakan adalah tolak H0 (tidak ada hubungan) jika P-value (asym.sig) lebih kecil dari alpha 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden

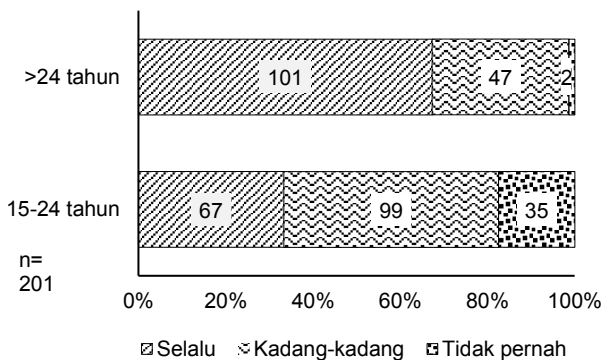
Kelompok responden berusia 15-24 tahun terdiri dari 100 orang berjenis kelamin laki-laki, dan 101 orang berjenis kelamin perempuan. Kelompok berusia >24 tahun melibatkan 74 orang perempuan dan 76 orang laki-laki. Tabel 2 menunjukkan karakter kelompok usia 15-24 tahun dan >24 tahun. Dari segi pendidikan, kelompok berusia 15-24 tahun didominasi oleh SMA/ sederajat (67%). Sedangkan, kelompok berusia >24 tahun didominasi perguruan tinggi (72%). Begitupun dari segi pendapatan, kelompok berusia 15-24 tahun didominasi oleh responden dengan pendapatan <1 juta rupiah (59%), sedangkan kelompok berusia >24 tahun didominasi oleh responden dengan pendapatan 3-6 juta rupiah (50%). Data tersebut menunjukkan bahwa kedua kelompok yang terlibat dalam penelitian ini memang memiliki perbedaan profil, baik dari segi pendidikan maupun pendapatan.

Perilaku konsumen dalam membaca label

Hasil survei mengenai kebiasaan responden membaca label menunjukkan, responden yang membaca label untuk kelompok usia 15-24 tahun dan >24 tahun masing-masing adalah 64.5% dan 98.6% (Gambar 1). Uji statistik dengan menggunakan analisis independen Mann whitney diperoleh P-value sebesar 0.000. Artinya terdapat perbedaan nyata antara kelompok berusia 15-24 tahun dengan kelompok berusia >24 tahun dalam membaca label. Kelompok responden >24 tahun lebih sering membaca label dibandingkan kelompok usia 15-24 tahun. Penelitian Vania *et al.* (2013) menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden terhadap label kemasan cukup baik dan praktek pemilihan makanan kemasan yang benar sebagian besar berada pada kelompok usia di atas 24 tahun. Riset yang dilakukan IFIC (2012) juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa informasi pada label yang menjadi perhatian konsumen usia tertentu. Konsumen dengan usia lanjut lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih produk pangan, karena faktor kesehatan.

Tabel 2. Karakteristik responden pada tahapan survei mengenai kepedulian terhadap label, pengaruh label terhadap keputusan pembelian, dan kepedulian terhadap BTP

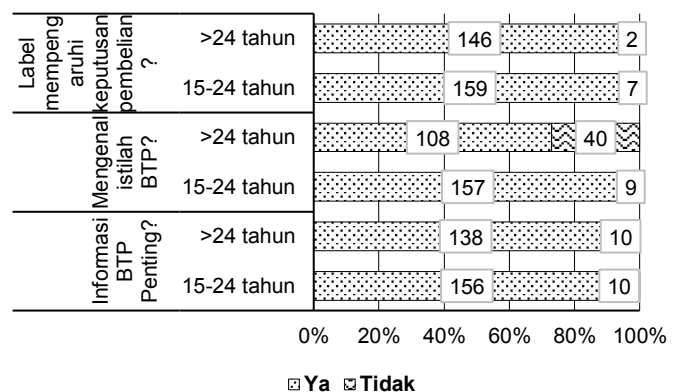
| Usia | Kepedulian terhadap Label | | | | Pengaruh Label terhadap keputusan pembelian | | | | Kepedulian terhadap BTP | | | |
|-------------------|---------------------------|------|-----------|------|---|------|-----------|------|-------------------------|------|-----------|------|
| | 15-24 tahun | | >24 tahun | | 15-24 tahun | | >24 tahun | | 15-24 tahun | | >24 tahun | |
| Jumlah | 201 | (%) | 150 | % | 166 | % | 148 | % | 155 | % | 123 | % |
| Pendidikan | | | | | | | | | | | | |
| SD/ sederajat | 13 | 6.5 | 2 | 1.3 | 0 | 0.0 | 1 | 0.7 | 0 | 0.0 | 1 | 0.8 |
| SMP/ sederajat | 22 | 10.9 | 3 | 2.0 | 2 | 1.2 | 3 | 2.0 | 1 | 0.6 | 1 | 0.8 |
| SLTA/ sederajat | 135 | 67.2 | 35 | 23.3 | 133 | 80.1 | 35 | 23.6 | 130 | 83.9 | 23 | 18.7 |
| Perguruan Tinggi | 31 | 15.4 | 108 | 72.0 | 31 | 18.7 | 108 | 73.0 | 24 | 15.5 | 98 | 79.7 |
| Lainnya | 0 | 0.0 | 2 | 1.3 | 0 | 0.0 | 1 | 0.7 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| Pendapatan | | | | | | | | | | | | |
| - <1 juta | 119 | 59.2 | 8 | 5.3 | 84 | 50.6 | 8 | 5.4 | 82 | 52.9 | 4 | 3.3 |
| - 1-3 juta | 69 | 34.3 | 29 | 19.3 | 69 | 41.6 | 27 | 18.2 | 65 | 41.9 | 20 | 16.3 |
| - 3-6 juta | 10 | 5.0 | 75 | 50.0 | 10 | 6.0 | 75 | 50.7 | 7 | 4.5 | 66 | 53.7 |
| - >6 juta | 3 | 1.5 | 38 | 25.3 | 3 | 1.8 | 38 | 25.7 | 1 | 0.6 | 33 | 26.8 |



Gambar 1. Kebiasaan responden dalam membaca label

Dari responden yang membaca label, sebagian besar responden menyatakan label dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Gambar 2). Uji statistik dengan Mann whitney diperoleh P-value 0.048, artinya terdapat perbedaan nyata antara kelompok usia 15-24 tahun dan >24 tahun terhadap tingkat pengaruh label pada keputusan pembelian. Pengaruh label terhadap keputusan pembelian pada kelompok usia >24 tahun lebih tinggi dibandingkan pada usia 15-24 tahun. Menurut Borra (2006) konsumen membaca label untuk memutuskan produk yang akan dibeli atau dikonsumsi. Studi dari *International Food Information Council Foundation* (2012) di Amerika Serikat menunjukkan, informasi dalam label pangan mempengaruhi keputusan konsumen Amerika Serikat dalam membeli produk pangan. Mensah *et al.* (2012) juga menyatakan bahwa label dapat mempengaruhi keputusan pembelian, setelah iklan dan harga.

Alasan responden membaca label pada dua kelompok responden utamanya adalah untuk memilih merek dan terkait kesehatan, lalu diikuti untuk memilih produk yang sesuai kebutuhan/mendapatkan informasi mengenai produk, dan terkait keamanan. Hasil ini mirip dengan hasil survei yang dilakukan oleh FSAI (2009) terhadap konsumen Irlandia. Dalam laporan tersebut diungkapkan bahwa konsumen Irlandia memperhatikan label jika ada produk baru (terkait merek); serta informasi alergi, intoleransi, pengaturan berat badan serta klaim kesehatan (terkait kesehatan).



(n > 24 tahun = 148; n 15- 24 tahun = 166)

Gambar 2. Pengaruh label terhadap keputusan pembelian, pengenalan istilah BTP, dan tingkat kepentingan informasi BTP bagi responden

Berdasarkan uji ranking, alasan utama responden berusia 15-24 tahun tidak membaca label berturut-turut adalah yakin produk aman, tidak penting, tidak mengerti, dan informasi terlalu rumit; sedangkan untuk responden berusia >24 tahun adalah informasi pada label dianggap tidak penting, informasi terlalu rumit, yakin produk aman, dan tidak mengerti. Menurut laporan FSAI (2009) faktor utama konsumen tidak membaca label di Irlandia adalah karena faktor loyalitas terhadap merek, konsumen merasa yakin terhadap merek yang sering dibelinya. Selain itu, konsumen juga merasa terlalu sibuk (kurang waktu), tidak mengerti, hingga bingung dengan terlalu banyaknya informasi yang disampaikan pada label label (FSAI, 2009).

Informasi yang diperhatikan pada label

Produsen menyantumkan sejumlah informasi pada label produk pangan dalam kemasan. Uji ranking dilakukan untuk mengetahui jenis informasi yang ingin diketahui oleh konsumen ketika membaca label. Pada responden berusia 15-24 tahun, klaim kesehatan menjadi informasi utama yang diperhatikan, kemudian diikuti oleh informasi BTP (Tabel 3). Berbeda dengan konsumen berusia >24 tahun, mereka lebih memastikan nomor

registrasi dan nama produsen terlebih dahulu. Hasil ini berbeda dengan survei yang dilakukan IFIC (2012) terhadap konsumen Amerika Serikat, yang menyebutkan bahwa masa kedaluwarsa, nilai gizi, dan komposisi adalah informasi utama yang dibaca pada label. Di Indo-nesia, isu masa kedaluwarsa banyak terjadi pada masa lebaran atau tahun baru, dimana pada saat itu sering beredar parcel dengan produk yang melebihi masa kedaluwarsa. BPOM (2015) menghimbau agar konsu-men mewaspadai pangan tidak memenuhi ketentuan menjelang natal dan tahun baru. Menjelang akhir tahun 2015, pangan kedaluwarsa menjadi temuan terbanyak Badan POM dalam intensifikasi pengawasan pangan (BPOM 2015). Sementara itu Borra (2006) menyebut-kan, informasi ingredien dan gizi adalah faktor utama yang diperhatikan pada label. Perbedaan tersebut menunjukkan perbedaan perhatian konsumen pada label di tiap negara. Sebab untuk nilai gizi saja, Bonsmann *et al.* (2010) mengungkapkan adanya perbedaan kepedulian konsumen terhadap jenis informasi nilai gizi di masing-masing negara Uni Eropa.

Tabel 3. Urutan informasi yang diperhatikan konsumen saat membaca label

| Ranking | 15-24 tahun n=166 | Rata-rata ranking* | >24 tahun n=148 | Rata-rata ranking* |
|---------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| 1 | Klaim Kesehatan | 2.02 | Nomor Registrasi | 1.64 |
| 2 | Informasi BTP | 2.14 | Nama Produsen | 3.68 |
| 3 | Berat/volume | 2.30 | Berat/volume | 4.25 |
| 4 | Nama Produsen | 2.36 | Informasi BTP | 4.28 |
| 5 | Komposisi | 2.56 | Komposisi | 5.17 |
| 6 | Nomor registrasi | 2.65 | Informasi nilai Gizi | 5.18 |
| 7 | Informasi nilai Gizi | 3.01 | Klaim Kesehatan | 5.41 |
| 8 | Merek | 3.57 | Merek | 6.77 |
| 9 | Lain-lain | 3.77 | Masa Kedaluwarsa | 8.57 |
| 10 | Masa kedaluwarsa | 4.34 | Lain-lain | 8.61 |

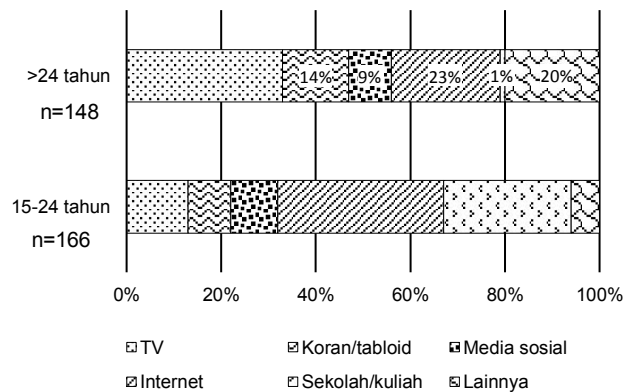
Pengenalan responden terhadap BTP

Informasi BTP dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen ketika membaca komposisi produk pangan yang terdapat pada label. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan No. 033 tahun 2012 tentang Bahan Tambahan Pangan, produk pangan yang mengandung BTP, pada label wajib dicantumkan golongannya. Selain golongan, produk yang mengandung pemanis buatan, pengawet, pewarna, dan penguat rasa juga wajib mencantumkan nama jenis BTP.

Hasil penelitian ini menunjukkan, sebagian besar responden telah mengenai istilah BTP (Gambar 2). Uji statistik dengan menggunakan Mann whitney menghasilkan P-value 0.000, artinya terdapat perbedaan nyata tingkat pengetahuan istilah BTP pada kelompok usia yang berbeda. Responden berusia 15-24 tahun lebih mengenal istilah BTP dibandingkan responden berusia >24 tahun. Semua kelompok responden sebagian besar juga menyebutkan informasi BTP sangat penting (Gam-bar 2). Namun demikian, tidak ada perbedaan dalam tingkat

perbedaan kepentingan informasi BTP (uji Mann whitney diperoleh P-value 0.635).

Mayoritas responden untuk kedua kelompok terse-but telah memiliki kebiasaan membaca informasi BTP pada label (Gambar 4). Uji independen dengan Mann whitney diperoleh nilai P-value 0.000, artinya terdapat perbedaan nyata kelompok umur dalam membaca infor-masi BTP. Responden berusia 15-24 tahun memiliki frekuensi membaca informasi BTP lebih tinggi diban-ding responden berusia >24 tahun. Hasil ini sesuai dengan data sebelumnya yang menunjukkan responden berusia 15-24 tahun lebih mengenal istilah BTP diban-dingkan responden berusia >24 tahun. Alasan responden membaca informasi BTP adalah adanya kepedulian terhadap jenis BTP tertentu, terkait kesehatan, dan terkait keamanan. Berdasarkan uji ranking, baik kelom-pok responden berusia 15-24 tahun ataupun >24 tahun, memiliki urutan prioritas yang sama yakni peduli terhadap jenis BTP tertentu, terkait kesehatan, dan terkait keamanan. Alasan utama bagi responden yang tidak membaca informasi BTP pada label adalah merasa tidak penting, tidak mengerti, dan yakin sudah aman.



Gambar 3. Sumber informasi BTP bagi responden berda-sarkan kelompok usia

Responden berusia 15-24 tahun lebih mengenal istilah BTP terutama karena mendapatkan informasi dari internet dan bangku sekolah/kuliah. Sedangkan untuk responden >24 tahun, televisi menjadi sumber utama informasi BTP. Selain televisi, sekolah dan perkuliahan juga menjadi sumber informasi BTP terbesar bagi kelompok >24 tahun (Gambar 3). Besarnya pengaruh internet memang sangat sesuai dengan data Kemin-kominfo (2014) yang menyebutkan bahwa sebanyak 80% pengguna internet di Indonesia adalah remaja berusia 15-19 tahun (yang berada dalam kelompok responden 15-24 tahun pada survei ini). Informasi BTP juga telah masuk dalam buku IPA Kimia SMP/MTS kelas VIII terbitan ESIS (2007), dan Biologi untuk SMA/MA kelas XI (2015). Dalam survei ini 94% responden berusia 15-24 tahun adalah pelajar/maha-siswa, sehingga sekolah menjadi media penting dalam pengenalan istilah BTP.

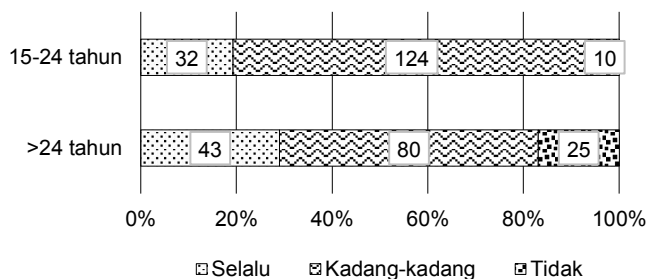
Informasi BTP juga mempengaruhi keputusan pem-belian bagi mayoritas responden (Gambar 5). Namun informasi BTP tidak berpengaruh (P value = 0.883) terhadap keputusan pembelian pada usia yang berbeda.

Tabel 4. Keterkaitan antara profil responden dengan label dan informasi BTP

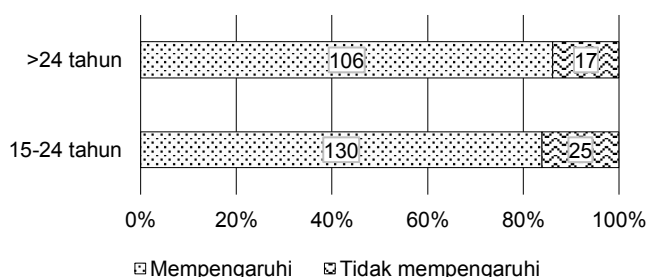
| Parameter | Jenis kelamin | | Pendidikan | | Pendapatan | | |
|---|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
| | Usia (tahun) | 15-24 | >24 | 15-24 | >24 | 15-24 | >24 |
| Membaca label | | 0.000* | 0.532 | 0.000* | 0.000* | 0.000* | 0.003* |
| Pengaruh label terhadap keputusan pembelian | | 0.270 | 0.503 | 0.782 | 0.991 | 0.055 | 0.809 |
| Mengenal istilah BTP | | 0.491 | 0.085 | 0.000* | 0.100 | 0.000* | 0.036* |
| Tingkat kepentingan informasi BTP | | 0.042* | 0.410 | 0.167 | 0.935 | 0.018* | 0.256 |
| Kebiasaan membaca informasi BTP pada label | | 0.232 | 0.194 | 0.181 | 0.670 | 0.009* | 0.392 |
| Pengaruh informasi BTP terhadap keputusan pembelian | | 0.149 | 0.148 | 0.676 | 0.683 | 0.254 | 0.052 |

Tabel 5. Korelasi antara jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan dengan kebiasaan membaca label

| Parameter | Kebiasaan Membaca Label (%) | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|---------------|--------------|-----------|---------------|--------------|
| | 15-24 tahun | | | >24 tahun | | |
| | Selalu | Kadang-kadang | Tidak pernah | Selalu | Kadang-kadang | Tidak pernah |
| Jenis kelamin | | | | | | |
| Laki-laki | 20.0 | 45.0 | 35.0 | | | |
| Perempuan | 46.1 | 53.9 | 00.0 | | | |
| Pendidikan | | | | | | |
| SD/ sederajat | 0.0 | 0.0 | 10.0 | 50.0 | 0.0 | 50.0 |
| SMP/ sederajat | 0.0 | 4.5 | 95.5 | 0.0 | 66.7 | 33.3 |
| SLTA/ sederajat | 39.7 | 59.6 | 0.7 | 60.0 | 40.0 | 0.0 |
| D3 | 57.1 | 42.9 | 0.0 | 73.3 | 26.7 | 0.0 |
| S1 | 34.8 | 65.2 | 0.0 | 68.8 | 31.3 | 0.0 |
| S2 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 91.7 | 8.3 | 0.0 |
| Pendapatan | | | | | | |
| < 1 juta | 23.7 | 46.6 | 29.7 | 16.7 | 66.7 | 16.6 |
| 1-3 juta | 43.5 | 56.5 | 0.0 | 65.5 | 31.0 | 3.5 |
| 3-6 juta | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 66.7 | 33.3 | 0.0 |
| > 6 juta | 66.7 | 33.3 | 0.0 | 78.9 | 21.1 | 0.0 |



Gambar 4. Tingkat kebiasaan responden membaca informasi BTP



Gambar 5. Pengaruh informasi BTP terhadap keputusan pembelian

Jenis BTP yang menjadi perhatian konsumen

Di Indonesia, ada 27 golongan BTP yang diperkankan dan diatur dalam regulasi (Permenkes 2012). Pada

setiap golongan, terdapat banyak jenis BTP yang diijinkan penggunaannya ke dalam produk pangan. Dari banyak jenis tersebut, hanya beberapa yang dikenal responden. Berdasarkan uji ranking, baik responden berusia 15-24 tahun maupun >24 tahun menunjukkan perhatian paling besar pada BTP perisa dan penguat rasa. Kemudian diikuti oleh pemanis/pewarna, serta pengawet. BTP perisa dan penguat rasa terkait dengan flavor. Menurut Clark (1998) terdapat bukti kuat bahwa flavor (aroma dan rasa) menjadi faktor penting dalam pemilihan pangan. Sementara itu Spence dan Mary (2012) menjelaskan, bentuk dan warna pangan pun selalu diasosiasikan dengan flavor tertentu oleh konsumen.

Hubungan antara profil responden dengan label dan informasi BTP

Informasi pada label pangan berkaitan dengan beberapa faktor. Menurut Rodolfo dan Nayga (1999), kondisi kesehatan dan tren diet dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan label. Begitupun dengan jenis kelamin dan pendapatan, juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap informasi pada label.

Berdasarkan uji menggunakan Chi square (Tabel 4) diperoleh hasil bahwa kebiasaan membaca label dipengaruhi oleh jenis kelamin (pada kelompok responden berusia 15-24 tahun). Nilai *crosstab* dalam uji *Chi Square* menunjukkan responden wanita pada kelompok 15-24 tahun memiliki kebiasaan membaca label lebih tinggi dibandingkan responden pria (Tabel 8). Campos *et al.* (2010) mengungkapkan bahwa frekuensi membaca label

dipengaruhi oleh jenis kelamin, dimana konsumen wanita lebih banyak menggunakan label dibandingkan pria. Kebiasaan membaca label juga dipengaruhi oleh pendidikan pada dua kelompok responden. Semakin tinggi pendidikan, kebiasaan membaca labelnya juga lebih sering. Demikian juga dengan pendapatan, semakin tinggi pendapatan, kebiasaan membaca labelnya juga lebih sering. Hal ini senada dengan penelitian Campos *et al.* (2010) yang menyebutkan bahwa selain jenis kelamin, kebiasaan membaca label juga dipengaruhi oleh pendidikan dan pendapatan. Perez dan Haldeman (2002) mengungkapkan pendapatan tidak berhubungan dengan mutu diet, tetapi responden yang memiliki pendapatan lebih tinggi menggunakan label lebih sering dalam mengambil keputusan. IFIC (2012) menyampaikan bahwa, informasi terkait kesehatan berkorelasi dengan tingkat pendidikan. Konsumen yang memiliki pendidikan tinggi memberikan perhatian yang lebih terhadap informasi-informasi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kozelova *et al.* (2012) melaporkan, mayoritas konsumen mengetahui informasi pada label. Ketepatan jawaban kuesioner dalam penelitian tersebut sangat dipengaruhi oleh usia dan tingkat pendidikan.

Kebiasaan membaca label tidak berkorelasi dengan jenis kelamin pada usia >24 tahun. Dalam survei FSAI (2009) terungkap, responden wanita berusia 35 tahun ke atas (berada dalam kelompok responden berusia >24 tahun dalam survei ini) menyadari pentingnya label, tetapi mereka mengaku tidak memiliki waktu untuk membaca label terlalu seksama.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan mayoritas responden usia 15-24 tahun dan >24 tahun telah memiliki kebiasaan membaca label. Jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan memengaruhi kebiasaan membaca label. Wanita lebih sering membaca label pada responden berusia 15-24 tahun. Begitupun dengan pendidikan (15-24 tahun) dan pendapatan (15-24 tahun dan >24 tahun), kebiasaan membaca label responden semakin sering seiring dengan peningkatan pendidikan dan pendapatan. Informasi utama yang diperhatikan pada label untuk kelompok 15-24 tahun adalah klaim kesehatan dan informasi BTP. Sedangkan kelompok >24 tahun lebih memerhatikan nomor registrasi dan nama produsen. Mayoritas responden juga telah mengenal istilah BTP, terutama untuk kelompok 15-24 tahun. Informasi BTP dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada sebagian besar responden.

Hasil survei menunjukkan masih terdapat responden yang belum membaca label dan tidak mengenal istilah BTP, sehingga edukasi perlu dilakukan, baik oleh pemerintah, produsen, maupun akademisi. Selain itu perbaikan dalam penulisan label pada kemasan pangan juga perlu dilakukan, karena sebagian responden beranggapan informasi yang diberikan masih terlalu rumit dan tidak dimengerti.

DAFTAR PUSTAKA

- Bonsmann SSG, Fernandez C dan Grunert KG. 2010. Food Labelling to Advance Better Education for Life. *European Journal of Clinical Nutrition* 64: S14-S19.
- Borra S. 2006. Consumer Perspectives on Food Labels. *American Journal of Clinical Nutrition* 83:1235S.
- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. 2011. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. No. HK.03.1.23.11.11.09909 tahun 2011 tentang Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan Olahan.
- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. 2014. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. No. 4 tahun 2014 tentang Batas Maksimum Penggunaan BTP Pemanis.
- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. 2015. Waspada! Pangan Tidak Memenuhi Ketentuan Jelang Natal 2015 dan Tahun Baru 2016. Diunduh di <http://www.pom.go.id/new/index.php/view/pers/291/WASPa-dai-pangan-tidak-memenuhi-ketentuan-jelang-natal-2015-dan-TAHUN-BARU-2016.html> pada 29 Desember 2015.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2014. Proyeksi Penduduk Indonesia Umur Tertentu dan Umur Satu Tahunan 2010-2025. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2015. Statistik Kota Bogor 2014. Badan Pusat Statistik Kota Bogor. Bogor.
- Campos S, Doxey J, Hammond D. 2010. Nutrition Labels on Pre-packaged Foods: A Systematic Review. *Journal of Public Health*:1-11.
- Clark JE. 1998. Taste and Flavour: Their Importance in Food Choice and Acceptance. *Proceeding of the Nutrition Society* 57:639-643.
- [EFSA] European Food Safety Authority. 2014. Scientific Opinion on Aspartame. <http://www.efsa.europa.eu/fr/search/doc/factsheetaspartame.pdf> diunduh pada 20 Maret 2015.
- [FSAI] Food Safety Authority of Ireland. 2009. A Research Study into Consumers' Attitudes to Food Labelling. <https://www.fsai.ie/WorkArea/DownloadAsset.aspx?id=8900> diunduh pada 9 Maret 2015.
- Fukuda H dan Yasuo O. 1997. A Guideline for Reporting Results of Statistical Analysis in Japanese Journal of Clinical Oncology. *Japan Journal of Clinical Oncology* 27(3):121-127.
- [IFIC] International Food Information Council. 2012. 2012 Food & Health Survey Consumer Attitudes Toward Food Safety, Nutrition & Health. <http://www.foodinsight.org/Content/3840/2012%20IFIC%20Food%20and%20Health%20Survey%20Report%20of%20Findings%20for%20website%29.pdf> diunduh pada 9 Maret 2015.
- [Kemkominfo] Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2014. Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VhBZVtKqqko diunduh pada 9 Maret 2015.

- Kozelová, M. Fikselová, S. Dodoková, L. Mura, A. Mendelová, V. Vietoris. 2012. Analysis of Consumer Preferences Focused on Food Additives. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. LX(6).
- Lutfi. 2007. IPA Kimia SMP dan MTs untuk Kelas VIII. Esis. Jakarta.
- Mensah OJ, Lawer DR, dan Aidoo R. 2012. Consumers' Use and Understanding of Food Label Information and Effect on their Purchasing Decision in Ghana; A Case Study of Kumasi Metropolis. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, 2(3):351-365.
- [Permenkes] Peraturan Menteri Kesehatan. 2012. Peraturan Menteri Kesehatan No. 033 tahun 2012 tentang Bahan Tambahan Pangan.
- [PP] Peraturan Pemerintah RI. 1999. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
- Pratiwi DA, Maryati S, Srikini, Suharno, Bambang. 2015. Biologi untuk SMA/MA kelas XI. Erlangga. Jakarta.
- Rodolfo R dan Nayga Jr. 1999. Toward an Understanding of Consumers' Perceptions of Food Labels. *International Food and Agribusiness Management Review*, 2(1): 29-45.
- Sevilla CG. 2007. *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.
- Spence C, Mary KN. 2012. Assessing the Shape Symbolism of the Taste, Flavour, and The Texture. <http://www.flavourjournal.com/content/1/1/12> diunduh pada 22 Januari 2016.
- [UU] Undang-undang. 2012. Undang-undang No. 18 tahun 2012 tentang Pangan.
- Vania CD, Agus S, dan Joko TI. 2013. *Jurnal Gizi Universitas Muhammadiyah Semarang* 2(2).
- Zahara S dan Triyanti. 2009. Kepatuhan Membaca Label Informasi Zat Gizi di Kalangan Mahasiswa. *Gizi Kesehatan Masyarakat. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional* 4(2).

JMP-06-15-001- Naskah diterima untuk ditelaah pada 3 Juni 2015. Revisi makalah disetujui untuk dipublikasi pada 27 Agustus 2015. Versi Online: <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmp>