PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

LABELLING DAN KLAIM GIZI PADA BEBERAPA PRODUK SUSU

BIDANG KEGIATAN:

PKM ILMIAH

Diusulkan oleh:

Hana Fitria Navratilova	**I14050271 (2005)**
Ervina	**I14050874 (2005)**
Herviana Ferazuma	**I14051117 (2005)**
Daniel Furqon	**I14062507 (2006)**

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2008

PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

Usulan Program Kreativitas Mahasiswa

1. Judul Kegiatan : *Labelling dan Klaim Gizi Pada Beberapa Produk Susu*
2. Bidang Kegiatan : PKM Ilmiah
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
   a. Nama Lengkap : Hana Fitria Navratilova
   b. NRP : I14050271
   c. Departemen : Gizi Masyarakat
   d. Institut : Institut Pertanian Bogor
   e. Alamat : Jalan Ciwaringin No.89 Bogor 16114
4. Anggota Pelaksana : 3 orang
5. Dosen Pendamping
   a. Nama Lengkap : Dr. Ir. Evy Damayanthi, MS
   b. NIP : 131 861 469
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Bulan November tahun 2006
7. Bidang Ilmu : Kesehatan

Bogor, 4 Maret 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen

Dr. Ir. Evy Damayanthi, MS
NIP. 131 861 469

Ketua Pelaksana Kegiatan

Hana Fitria Navratilova
NRP I14050271

Wakil Rektor Bidang
Akademik dan Kemahasiswaan,

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS
NIP. 131 473 999

Dosen Pendamping

Dr. Ir. Evy Damayanthi, MS
NIP. 131 861 469

1. Judul Tulisan Yang Diajukan : Labelling dan Klaim Gizi pada Beberapa Produk Susu

2. Sumber Penulisan

Laporan praktikum yang dilakukan oleh penulis dengan judul : Survei Produk Susu Bubuk tahun 2006 yang didokumentasikan di Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.

Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya.

Bogor, 4 Maret 2008

Mengetahui,
Ketua Departemen

Dr. Ir. Evy Damayanthi, MS
NIP. 131 861 469

Penulis Utama

Hana Fitria Navratilova
NRP I14050271

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, kesabaran dan keluasaan berpikir sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Karya ilmiah ini disusun berdasarkan laporan praktikum mata kuliah ilmu gizi dasar yang berjudul Survei Label Pangan Produk Susu Bubuk.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Ir. Evy Damayanthi, MS sebagai dosen pendamping atas ilmu pengetahuan, bimbingan, dan saran yang telah diberikan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan, saran, dukungan dan perhatiannya kepada penulis. Penghargaan terbesar penulis haturkan kepada Jinnai Tomonari, Kawai Fumito, dan Kanjani 8 yang telah memberikan hiburan pada saat penulis menghadapi kebuntuan dan kejenuhan dalam menulis karya ilmiah ini.

Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat menjadi manfaat bagi masyarakat.

ABSTRAK

Produk susu yang beredar di pasaran dewasa ini banyak macamnya. Oleh karena itu dibutuhkan kecermatan konsumen dalam memilih produk susu yang akan dibeli dan dikonsumsi secara tepat. Sulit bagi konsumen untuk mengetahui produk susu yang tepat untuk dikonsumsi tanpa mengetahui makna dari labelling yang tertera pada produk tersebut.

Permasalahan labelling di Indonesia sudah teratasi sejak tahun 1985 dengan dikeluarkannya undang-undang pelabelan pangan yang tertera dalam peraturan pemerintah. Undang-undang ini terus mengalami revisi hingga tahun 2004. Akan tetapi, masih banyak produsen (industri) produk susu yang belum mengikuti aturan labelling yang berlaku di Indonesia untuk diterapkan pada produknya.

Masyarakat Indonesia saat ini tengah dihadapkan dengan banyaknya produk pangan yang dijual bebas di pasaran. Hal ini menyebabkan perlunya pengetahuan tentang produk pangan yang bermutu. Salah satu cara untuk mengidentifikasi apakah produk tersebut bermutu atau tidak adalah dengan melihat label produk yang terdapat pada kemasan. Peranan label pada suatu produk sangat penting. Label produk yang dijamin kebenarannya akan memudahkan konsumen dalam menentukan beragam produk dan subtitusinya di pasaran. Label selain sebagai sarana pendidikan bagi masyarakat juga dapat memberikan nilai tambah bagi produk yaitu dalam hal strategi pemasaran.

Salah satu teknik pemasaran yang dilakukan oleh produsen untuk menarik minat konsumen adalah dengan menggunakan klaim gizi dan klaim kesehatan. Sebagian besar produsen menggunakan klaim gizi atau kesehatan pada produknya tanpa melalui uji klinis dan laboratorium terlebih dahulu, sehingga klaim yang digunakan pada jenis produk tersebut belum teruji kebenarannya.

Kata kunci: susu, klaim, *labelling*.

PENDAHULUAN

Susu merupakan salah satu jenis pangan yang penting. Meminum susu menjadi kebiasaan yang sangat baik yang dilakukan setiap pagi pada saat sarapan. Tidak hanya susu murni atau susu segar saja yang sering dikonsumsi dengan seiring majunya teknologi banyak produk susu yang bermunculan di pasaran dan dalam hal kepraktisan tidak sedikit industri yang membuat produk susu bubuk.

Menurut Purwanti (2003), menyatakan bahwa susu adalah cairan bewarna putih yang disekresi oleh kelenjar *mamae* (ambing) pada binatang mamalia betina. Susu merupakan sumber gizi utama bagi bayi sebelum mereka dapat mencerna makanan padat. Susu binatang (biasanya sapi) juga diolah menjadi berbagai produk seperti mentega, yoghurt, es krim, keju, susu kental manis, susu bubuk dan lain-lain untuk konsumsi manusia.

Sebagian besar susu yang dikonsumsi oleh manusia adalah susu sapi. Susu sapi murni mengandung 3,5% total protein, yaitu 2,8% kasein (protein utama susu berbentuk gumpalan) dan 0,7% *whey* (protein utama susu berbentuk cair). Susu juga berisi 3,7% lemak, 4,8% karbohidrat, dan 0,7% abu. Kandungan utama susu segar yaitu air, lemak, protein, laktosa dan mineral. Laktosa adalah jenis gula yang hanya terdapat dalam susu. Laktosa merupakan karbohidrat sederhana yang membantu penyerapan kalsium dalam tubuh. Selain itu, susu juga memiliki sejumlah zat lain, seperti enzim, vitamin dan fosfolipid (Winarno 1993).

Peranan label pada suatu produk susu menjadi sangat penting untuk memperoleh produk susu yang sesuai dengan keinginan konsumen. Label produk yang dijamin kebenarannya akan memudahkan konsumen dalam menentukan beragam produk dan substitusinya di pasaran. Label selain sebagai sarana pendidikan pada masyarakat juga dapat memberikan nilai tambah bagi produk, diantaranya label menjadi strategi yang menarik dalam pemasaran (*marketing strategy*). Sisi negatif dari *marketing strategy* ini adalah digunakannya pesan iklan yang bersifat mengelabui (*deceptive information*) atau berlebihan (*overclaim*). Beberapa produk susu memberikan informasi kepada konsumen secara tersamar, membingungkan dan tidak logis. Oleh karena itu, peran label pangan sebagai media pendidikan dalam pemilihan prosuk susu menjadi sangat penting (WNPG 2004).

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian dari kemasan pangan (PP No.9 tahun 1999). Pelabelan telah diperhatikan khusus oleh pemerintah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya undang-undang tentang label makanan sejak tahun 1985, yang kemudian direvisi setelah melalui beberapa tahap dan kembali dipublikasikan sebagai acuan pelabelan untuk semua produk makanan atau minuman yang dijual di Indonesia yaitu dalam Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia nomor 28 tahun 2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan.

Ada delapan jenis informasi yang bisa diketahui dari label kemasan produk pangan. Yakni sertifikasi halal, nama produk, kandungan isi, waktu kedaluwarsa, kuantitas isi, identifikasi asal produk, informasi gizi, dan tanda-tanda kualitas lainnya (PP No.9 tahun 1999). Informasi-informasi ini harus diperhatikan dengan seksama agar konsumen tidak salah membeli.

Informasi gizi pada label kemasannya hanya bersifat fakultatif (anjuran). Biasanya, produsen mencantumkannya untuk memenangkan kompetisi dengan produk sejenis. Informasi nilai gizi atau biasa dikenal dengan istilah *nutrition fact* biasanya dihitung untuk setiap 100 g pangan tersebut. Informasi ini menguntungkan konsumen karena konsumen dapat membandingkan harga zat gizinya dengan mudah. Jadi, konsumen bisa memilih produk dengan harga terendah untuk setiap zat gizinya (WKNPG 2004).

Zat gizi yang diinformasikan dalam label di antaranya energi, serat kasar (yakni bahan tidak tercerna tapi berguna untuk memperlancar transit digestif), gula sederhana (sakarosa, glukosa, fruktosa), protein (asam amino), lemak (jenuh atau tak jenuh), vitamin, mineral, dan polyol (sorbitol, xylol, dan mannitol). Khusus energi, umumnya dinyatakan dalam satuan kilokalori (kkal) atau kalori (kal), meski dalam aturan resmi internasionalnya menggunakan satuan kilojoule (kJ). Energi ini umumnya berasal dari karbohidrat, lemak, dan protein pangan yang bersangkutan (1 g protein/karbohidrat menyumbang 4 kkal dan 1 g lemak memberi 9 kkal). Selain itu pada label dapat ditemukan informasi tambahan untuk kebutuhan kompetisi dengan produk sejenis. Informasi itu di antaranya "diperkaya akan", atau "diperingan kadar", "diperkaya dengan", *lowfat*, *nonfat*, ada juga informasi yang menjelaskan adanya tambahan zat yang seharusnya ada secara alami namun hilang selama proses pembuatan. Untuk maksud ini dalam label biasanya dituliskan dengan kalimat "kadar terjamin akan". Informasi "diperkaya akan" menunjukkan adanya penambahan zat gizi yang diperoleh atau sengaja ditambahkan dari luar dan bukan berasal dari bahan pangan asli tersebut. Istilah ini disebut dengan fortifikasi atau *enrichment* dengan kriteria untuk masing-masing penambahan zat gizi tertentu yang berbeda (BPOM 2003)

Klaim Gizi adalah pernyataan yang secara langsung maupun implisit yang menunjukkan kandungan tingkat zat gizi dalam pangan. Klaim kesehatan adalah pernyataan atau implikasi yang dinyatakan oleh pernyataan, referensi, simbol, sketsa, deskripsi yang menunjukkan keterkaitan suatu zat dengan kesehatan (Suryani 2001).

Tujuan dari program ini adalah untuk menyurvei produk pangan berupa susu dengan melihat label nilai gizi (*nutrition fact*) dan klaim gizi dari empat produk susu bubuk dengan merek yang berbeda-beda yaitu, Susu A, Susu B, Susu C, dan Susu D. Manfaat dari kegiatan survei ini adalah agar masyarakat lebih memperhatikan mengenai label produk pangan serta klaim-klaim gizi yang diajukan oleh para produsen.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Survei produk susu bubuk ini dilakukan di salah satu minimarket di Jalan Raya Darmaga pada tanggal 13 November 2006. Sedangkan pengolahan data dilakukan dalam kurun waktu satu minggu setelah dilakukannya survei produk susu bubuk secara langsung.

Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu empat jenis produk susu bubuk yang meliputi, susu A kemasan kardus ukuran 300 g untuk usia 19 sampai dengan 50 tahun, susu B kemasan kardus ukuran 200 g untuk usia di atas 2 tahun, susu C kemasan kardus ukuran 200 g untuk anak diatas 2 tahun, dan susu D kemasan kardus ukuran 400 g untuk usia diatas 2 tahun.

Cara Pengambilan Data

Pengambilan data dari survei produk susu ini dilakukan dengan cara survei langsung dengan membeli produk-produk contoh di minimarket. Data merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari pengamatan label kemasan produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Masyarakat (konsumen) mempunyai hak mendapat informasi lengkap mengenai produk pangan yang ada di pasaran sehingga masyarakat dilindungi dari peredaran pangan yang tidak memenuhi standar. Sedangkan industri (produsen) wajib memberi informasi selengkap mungkin termasuk informasi gizi atas produk yang diproduksi dalam bentuk label produk pangan. Berikut adalah hasil observasi yang dilakukan terhadap beberapa jenis produk susu yang dijual bebas di pasaran.

Tabel 1. Profil Contoh Produk-produk Susu

Nama Produk	Keterangan	Harga
Susu A	Untuk usia 19-50 tahun	Rp. 17.770,00
Susu B	Untuk usia di atas 2 tahun	Rp. 9.350,00
Susu C	Untuk usia di atas 2 tahun	Rp. 9.395,00
Susu D	Untuk usia di atas 2 tahun	Rp. 17.900,00

Tabel 2. Hasil Pengamatan Komposisi Berbagai Produk Susu.

Nama Produk	Komposisi
Susu A	Susu bubuk skim, Kalsium, Fruktosa, Magnesium oksida, Besi Piranofosfat, Perisa krim buds asia dan perisa vanilla esensial, Vitamin E, Vitamin A, Seng oksida, Vitamin D3, Vitamin K, Asam Folat.
Susu B	Susu sapi, Susu skim bubuk , Lemak susu, Mineral, Lesitin soya, Vitamin, dan Colostrum.
Susu C	Susu sapi, Susu bubuk skim, Mineral, Lesitin kedelai, Premiks vitamin.
Susu D	Susu bubuk berlemak, Omega 3, Vitamin, Mineral

Tabel 3. Hasil Pengamatan Nama Produsen Berbagai Produk Susu.

Nama Produk	Nama Produsen
Susu A	Canpac Internatiobal LTD, Hamilton New Zealand (diimpor oleh PT. Fonterra Brands Indonesia, Jakarta, Indonesia)
Susu B	PT. Susu B Indonesia Jl. Raya Bogor Km 5, Jakarta 13760 Indonesia (di bawah pengawasan Friesland Foods, Leewarden-Holland)
Susu C	PT. Nestlé Indonesia, Kejayan, Pasuruan-67172, Indonesia (di bawah lisensi Société des Produits Nestlé S.A., Vevey, Switzerland)
Susu D	PT. Australia Indonesian Milk Industries Jakarta 13710 –Indonesia

Tabel 4. Hasil Pengamatan Berat Bersih, Keterangan Halal, dan Tanggal Kadaluarsa Berbagai Produk susu.

Nama Produk	Berat Bersih	Keterangan Halal	Tanggal Kadaluarsa
Susu A	300 gram	Ada	27 Januari 2008
Susu B	200 gram	Ada	September 2008
Susu C	200 gram	Ada	Februari 2008
Susu D	400 gram	Ada	April 2008

Tabel 5. Hasil Pengamatan terhadap Klaim Gizi dan Klaim Kesehatan Berbagai Produk Susu

Nama Produk	Klaim Gizi
Susu A	Nutrisi tulang yang lengkap, Penyerapan cepat, dan Penguncian nutrisi
Susu B	Mengandung *Active-Care Formula* Nutrisi pendukung aktivitas + Immunoglobulin
Susu C	Diperkaya dengan Zink + Growth Formula
Susu D	Omega 3 Long Chain-PUFA (DHA+EPA) dengan 15 vitamin dan 11 mineral

Tabel 6. Nutrition Fact Produk Susu Sampel.

Nutrition Fact	Susu A	Susu B	Susu C	Susu D
Energi	88 kkal	130 kkal	134 kkal	127 kkal
Lemak	0,2 g	7 g	7,1 g	7 g
Energi dari Lemak	-	60 kkal	64 kkal	63 kkal
Protein	8,3 g	6 g	6,6 g	6 g
Karbohidrat	13,2 g	10 g	10,5 g	10 g
Natrium	100 mg	95 mg	95 mg	72 mg
Kalium	320 mg	320 mg	324 mg	245 mg
Vitamin A	250 µg	-	-	-
	100 IU	401 IU	486 IU	395 IU
Vitamin C	2,8 mg	18 mg	14 mg	23,4 mg
Vitamin D3	2,5 µg	138 IU	62 IU	91 IU
Vitamin E	4,0 mg	0,7 mg	1,4 IU	1,2 mg
Vitamin K	160 mg	3,8 mcg	11,2 mcg	3,6 µg
Thiamin	40 µg	0,3 mg	0,11 mg	2,1 mg
Riboflavin	70 µg	0,2 mg	0,38 mg	0,3 mg
Niacin	0,5 mg	-	1.8 mg	0,12 mg
Vitamin B5	0,6 mg	0,4 mg	0,5 mg	0,2 mg
Vitamin B6	78 µg	0,06 mg	0,18 mg	0,18 mg
Asam Folat	20 µg	-	4 mcg	8 µg
Vitamin B12	1,2 µg	0,5 mg	0,5 mcg	0,07 µg
Biotin	8,8 µg	3,7 mcg	14 mcg	1,7 mcg
Kolin	35 mg	27 mg	10 mg	5 mg
Kalsium	500 mg	424 mg	351 mg	406 mg
Zat Besi	2,3 mg	-	2,7 mg	0,4 mg
Fosfor	210 mg	198 mg	203 mg	174 mg
Magnesium	55 mg	25 mg	23 mg	22 mg
Seng	1,9 mg	0,8 mg	1,2 mg	1,2 mg
Iodium	22 µg	6,5 mcg	14 mcg	-
Klorido	-	-	-	134 mg

Nutrition Fact	Susu A	Susu B	Susu C	Susu D
Selenium	-	2,7 mcg	-	-
Immunonoglobin	-	125 mg	-	-
α – Lactalbumin	-	232 mg	-	-
Tembaga	-	-	-	31 mcg
Inositol	-	-	6 mg	1,9 mg
Lesitin kedelai	-	-	0,1 g	-
DHA	-	-	-	1 mg
EPA	-	-	-	3 mg

PEMBAHASAN

Berdasarkan UU No.7 (1996) Pangan dan PP No.69 (1999) Label dan iklan pangan, dapat dikatakan produk susu bubuk Susu A, Susu B, Susu C dan Susu D telah memenuhi persyaratan pemerintah tentang label produk. Penjelasan mengenai label dan klaim dari masing-masing produk akan dijelaskan sebagai berikut.

Pada label produk susu bubuk Susu A, ketentuan umum berupa nama produk, komposisi, berat bersih, keterangan halal, tanggal kadaluarsa, dan nama produsen serta alamatnya tercantum dengan jelas pada kardus pembungkus produk. Hal ini telah sesuai dengan kriteria dari UU no.7 tahun 1996. Susu A merupakan suatu produk susu yang mengklaim produknya dapat mencegah resiko osteoporosis. Klaim gizi yang tercantum pada produk susu ini adalah mengandung nutrisi tulang yang lengkap, penyerapan cepat, dan penguncian nutrisi. Inti dari klaim gizi tersebut menyatakan bahwa Susu A kaya akan kalsium. Klaim kesehatan pada produk susu Susu A ini memenuhi standar karena mengandung kalsium lebih dari 20% Acuan Label Gizi 2004 (800 mg per saji) yaitu sebesar 62% dari total kebutuhan kalsium total perhari pada kisaran usia 18-50 tahun. Tertulis pula pada kemasan bahwa berdasarkan riset selama dua tahun di Hong Kong dan Malaysia, Susu A terbukti secara klinis membantu mencegah osteoporosis. Hal ini membuktikan bahwa produk susu ini telah mengalami uji secara klinis di dua negara yang berbeda

Produk susu bubuk Susu B memiliki ketentuan umum berupa nama produk, komposisi, berat bersih, keterangan halal, tanggal kadaluarsa dan nama produsen serta alamatnya tercantum dengan jelas pada kardus pembungkus produk. Klaim gizi yang tercantum adalah *Active-Care Formula* (protein, kalsium, vitamin B1, dan Kolin) dengan Immunoglobin dan *α-Lactalbumin*. Klaim kesehatan ini berkaitan dengan pertumbuhan fisik, perkembangan otak dan kecerdasan, serta membantu menjaga kondisi tubuh anak. Pencantuman klaim kesehatan tersebut tidak disertai dengan hasil penelitian yang valid dan belum teruji kebenarannya secara klinis dan ilmiah. Klaim gizi yang dipublikasikan merupakan penjabaran teoritis dari fungsi-fungsi *Active-Care Formula*. Kandungan *Active-Care Formula* yang tercantum dalam *nutrition fact* dapat dinyatakan dalam sumber suatu zat gizi yang baik karena mengandung zat gizi 10-19% dari Acuan Label Gizi untuk setiap ukuran saji, yaitu 13% dari angka kecukupan sehari untuk protein, 60% untuk kalsium, 20% untuk vitamin B1 dari masing-masing angka kecukupan zat gizi tersebut.

Produk susu bubuk Susu C memiliki ketentuan umum berupa nama produk, komposisi, berat bersih, keterangan halal, tanggal kadaluarsa, dan nama produsen tercantum dengan jelas pada kardus pembungkus produk. Akan tetapi, alamat produsen tidak dicantumkan secara jelas. Susu C mengklaim produknya sebagai susu untuk mendukung pertumbuhan anak. Klaim gizi yang tercantum adalah *Growth Formula* (Protein, Kalsium, Zat Besi, dan Yodium) dengan diperkaya oleh Zink. Klaim kesehatan ini berkaitan dengan pertumbuhan anak secara optimal. Akan tetapi, pencantuman klaim kesehatan tersebut tidak disertai dengan survei dan penelitian yang valid secara ilmiah melainkan hanya penjabaran dari fungsi-fungsi *Growth Formula*. Kandungan *Growth Formula* yang tercantum dalam *nutrition fact* tidak dapat dinyatakan sebagai sumber suatu zat gizi yang cukup karena hanya mengandung zat gizi 13% untuk protein dari total kecukupan, 50% untuk kalsium, 10% untuk yodium. Sedangkan untuk zat besi hanya 9% saja, padahal seharusnya untuk dapat dinyatakan sebagai sumber zat gizi yang baik harus mengandung 10-19% dari dari Acuan Label Gizi (ALG) untuk setiap ukuran saji. Klaim gizi Susu C yang menyatakan diperkaya dengan zink kurang tepat karena suatu zat gizi dinyatakan kaya bila mengandung paling sedikit 20% ALG dalam setiap ukuran saji. Namun, kandungan zink pada Susu C mencapai 12% dari ALG, susu C mengandung zink lebih tinggi dari susu sejenis yang rata-rata hanya 8%.

Susu D menggunakan dua bahasa (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia) pada label produknya. Ketentuan umum yang ada pada label susu berupa nama produk, komposisi, berat bersih, keterangan halal, tanggal kadaluarsa, dan nama produsen serta alamatnya tercantum dengan jelas pada kardus pembungkus produk. Susu D merupakan suatu produk susu yang mengklaim produknya mengandung nutrisi penting untuk sel otak dan penglihatan anak serta meningkatkan kesehatan keluarga. Klaim gizi yang tercantum adalah mengandung Omega-3 *Long Chain* PUFA (DHA+EPA) dengan 15 vitamin dan 11 mineral. Klaim kesehatan ini berkaitan dengan perkembangan otak dan kecerdasan, serta membantu menjaga kondisi tubuh. Akan tetapi pencantuman klaim kesehatan tersebut tidak disertai dengan hasil penelitian yang valid secara ilmiah melainkan hanya pendugaan nyata secara teoritis dari fungsi-fungsi Omega 3 LC-PUFA. Susu D mengandung 15 vitamin dan 11 mineral yang dapat dilihat pada *nutrition fact*-nya.

BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Indonesia sangat memegang peranan dalam meloloskan berbagai produk pangan, khususnya produk susu. Salah satu fungsi dari BPOM diantaranya adalah: 1)Pengaturan, regulasi, dan standardisasi; 2)Lisensi dan sertifikasi industri di bidang farmasi berdasarkan cara-cara produksi yang baik; 3)Evaluasi produk sebelum diizinkan beredar; 4)*Post marketing vigilance* termasuk sampling dan pengujian laboratorium, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, penyidikan dan penegakan hukum; 5)Pre-audit dan pasca-audit iklan dan promosi produk; 6)Riset terhadap pelaksanaan kebijakan pengawasan obat dan makanan; 7)Komunikasi, informasi dan edukasi publik termasuk peringatan publik.

Fungsi kelima dari ketujuh fungsi di atas memberikan kontribusi penting terhadap klaim gizi dan kesehatan serta periklanan produk, yaitu memberikan auditing terhadap iklan dan promosi produk. Hal ini berhubungan dengan klaim gizi yang dilakukan oleh berbagai pihak produsen karena klaim gizi dapat dijadikan salah satu alat promosi untuk menarik pihak konsumen. Pengauditan yang dilakukan oleh BPOM adalah sebelum dan sesudah produk tersebut dipasarkan. Dengan kata lain setelah produk tersebut beredar di pasaran pun peranan BPOM masih dibutuhkan untuk melakukan proses pengawasan (Anonim 2008)

BPOM bekerjasama dengan produsen (industri) dalam meluruskan persepsi masyarakat terhadap klaim-klaim gizi yang sifatnya mengelabui (*deceptive information*), misalnya produk susu X diklaim dapat mencegah resiko penyakit jantung koroner. Padahal, klaim yang benar adalah produk X diperkaya dengan serat, memperbanyak konsumsi serat bermanfaat untuk kesehatan jantung. Kedua klaim tersebut sekilas terdengar sama akan tetapi jika diperhatikan klaim yang pertama mengindikasikan bahwa semakin banyak mengkonsumsi produk susu X maka dapat mencegah penyakit jantung koroner, sedangkan klaim yang kedua menitikberatkan klaim gizi pada serat yang dapat menurunkan kadar kolesterol darah sehingga dapat mencegah penyakit jantung koroner bukan pada produk susunya.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei produk pangan terhadap beberapa produk susu didapatkan hasil ternyata semua produk tersebut telah memenuhi peraturan UU No.7 (1996) Pangan dan PP No.69 (1999) Label dan iklan pangan mengenai standar label produk yang harus dipenuhi. Akan tetapi, produsen (industri) belum dapat membuktikan klaim gizi dan kesehatan yang dicantumkan pada setiap produk secara teruji melainkan hanya penjabaran dari fungsi-fungsi zat-zat gizi yang digunakan dalam produk tersebut.

SARAN

Pemberian label produk secara jelas sangat penting untuk mengetahui kualitas dan keamanan pangan. Bagi produsen diharapkan untuk mencantumkan semua keterangan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Sedangkan bagi konsumen harus lebih teliti dalam memilih produk pangan, salah satunya dengan melihat label produk tersebut. Selain itu diperlukan pendidikan gizi kepada masyarakat (konsumen) berupa penyuluhan sebagai salah satu alat informasi yang komunikatif dan edukatif untuk memberikan pengetahuan gizi yang berguna.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. (1996). *UU No.7 tahun 1996 tentang Pangan. Kantor Menteri Negara Urusan Pangan.* Jakarta.

Anonim. (2008). *Pedoman Badan Pengawas Makanan dan Obat Indonesia.* http://www.bpom.go.id. [1 Maret 2008]

[BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2003a). *Pedoman Penilaian Label Pangan.* Jakarta.

[BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2003b). *Pedoman Klaim Label Pangan.* Jakarta.

[BSN] Badan Standarisasi Nasional. (1999). *Standar Nasional Indonesia untuk Susu Bubuk.* Jakarta.

Purwanti, ID. (2003). Bioavailabilitas Kalsium secara In Vitro pada Susu Bubuk yang Diberi Klaim *High Calcium* dengan Penambahan Serat yang Beredar di Pasaran. Skripsi. Bogor: Program Sarjana GMSK IPB.

Suryani,Y. (2001). Profil Pelabelan dan Analisis Kebenaran Klaim Gizi Produk Pangan. Skripsi. Bogor: Program Sarjana GMSK IPB.

Winarno. (1993). *Kimia Pangan dan Gizi.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

[WKNPG] Widya Karya Nasional Pangan dan Gizi. (2004). *Acuan Label Gizi.*

LAMPIRAN

Tabel 7. Standar Nasional Indonesia untuk Susu Bubuk

No	Jenis	Satuan	Persyaratan		
			Susu bubuk berlemak	Susu bubuk Rendah Lemak	Susu Bubuk Tanpa Lemak
1	Keadaan				
1.1	Bau	-	Normal	Normal	Normal
1.2	Rasa	-	Normal	Normal	Normal
2	Air	b/b,%	Maks. 4.0	Maks. 4.0	Maks. 4.0
3	Abu	b/b,%	Maks. 6.0	Maks. 9.0	Maks. 9.0
4	Lemak	%	Min. 26.0	Min. 1.5-26.0	Min. 1.5
5	Protein	%	Min. 25.0	Min. 26.0	Min. 34.0
6	Pati	%	Tidak ternyata	Tidak ternyata	Tidak ternyata
7	Cemaran Logam				

No	Jenis	Satuan	Persyaratan		
			Susu bubuk berlemak	Susu bubuk Rendah Lemak	Susu Bubuk Tanpa Lemak
7.1	Tembaga (Cu)	mg/kg	Maks. 20.0	Maks. 20.0	Maks. 20.0
7.2	Timbal (Pb)	mg/kg	Maks. 0.3	Maks. 0.3	Maks. 0.3
7.3	Seng (Zn)	mg/kg	Maks. 40	Maks. 40	Maks. 40
7.4	Timah (Sn)	mg/kg	Maks. 40/250	Maks. 40/250	Maks. 40/250
7.5	Raksa (Hg)	mg/kg	Maks. 0.03	Maks. 0.03	Maks. 0.03
8	Arsen	mg/kg	Maks. 0,1	Maks. 0,1	Maks. 0,1
9	Cemaran Mikroba				
9.1	Angka Lempengan Total	koloni/gram	Maks. 5×10^5	Maks. 5×10^5	Maks. 5×10^5
9.2	Bakteri Coliform	APM	Maks. 26	Maks. 26	Maks. 26
9.3	E.Coli	koloni/gram	Negatif	Negatif	Negatif
9.5	Salmonella	koloni/100 g	Negatif	Negatif	Negatif
9.6	S.Aureus	koloni/gram	1×10^2	1×10^2	1×10^2