

Siaran Pers

Rayakan Hari Hak Konsumen Sedunia, CISDI Mengungkap Fakta Tersembunyi di Balik Pemasaran Industri Makanan dan Minuman dalam Kemasan di Indonesia

18 Maret 2022 – Konsumen harus dilindungi dari praktik pemasaran makanan dan minuman tidak sehat. Selain itu mereka juga berhak atas informasi yang jelas dan akurat saat mengonsumsi produk untuk menjaga keamanan mereka. Upaya ini antara lain dapat dimulai dari penerapan cukai minuman berpemanis dalam kemasan (MBDK).

Kekhawatiran ini dituangkan di diskusi virtual *Twitter Space “Sweet Talk: Tipu-tipu Industri Makanan dan Minuman dalam Kemasan”* pada **Jumat (18/3)** yang digelar **Center for Indonesia’s Strategic Development Initiatives (CISDI)** untuk memperingati **Hari Hak Konsumen Sedunia 15 Maret**.

Project Lead Food Policy CISDI, Ayu Ariyanti, menyatakan diskusi ini berangkat dari masifnya praktik pemasaran industri makanan dan minuman di semua media tanpa batasan waktu dan sering kali menyasar kelompok anak-anak. “Anak-anak akan cenderung lebih banyak mengonsumsi makanan dan minuman tidak sehat seiring dengan banyaknya iklan promosi yang mereka lihat,” ujar Ayu.

Sebagai catatan, angka konsumsi MBDK di Indonesia cukup tinggi. Setidaknya 62% anak-anak dan 72% remaja mengonsumsi MBDK setiap minggunya (Laksmi et.al, 2018). Studi perbandingan iklan makanan tidak sehat di beberapa kota besar di berbagai negara menunjukkan bahwa anak-anak di Yogyakarta terpapar iklan promosi makanan dan minuman yang tidak sehat setiap 4 menit sekali (Kelly et al, 2016). Tingkat kepaparan ini jauh lebih tinggi dari pada anak-anak di yang tinggal di Kuala Lumpur, Shanghai, dan Seoul.

“Konsumsi MBDK di Indonesia sudah ada pada kondisi darurat. Hal ini erat kaitannya dengan peningkatan prevalensi obesitas dan diabetes hingga 2 kali lipat dalam satu dekade. Sehingga, penguatan kesadaran masyarakat menjadi PR bersama. Pemerintah, sebagai garda terdepan, perlu mengawal langkah nyata untuk melindungi kesehatan masyarakat di masa depan,” tambah Ayu.

Di diskusi ini, CISDI turut mengundang **anggota Pengurus Harian YLKI, Tubagus Haryo Karbyanto**, yang mengangkat isu perlindungan hak konsumen oleh negara. Ia menekankan bahwa praktik pemasaran industri makanan dan minuman yang menglorifikasi produk tanpa diiringi peringatan efek konsumsi jangka panjang berpotensi melanggar hak konsumen atas informasi yang benar dan akurat. “Pemerintah harus membuat kebijakan yang bisa melindungi

konsumen dari potensi pelanggaran ini dengan instrumen pengendalian konsumsi yang komprehensif,” ungkap Tubagus.

Contoh trik promosi yang digunakan oleh pihak industri untuk membuat produknya terlihat lebih sehat adalah dengan menuliskan informasi nilai gizi berdasarkan saran sajiannya, bukan kandungan per kemasannya, padahal satu kemasan mengandung lebih dari satu sajian. Ini menyebabkan masyarakat menganggap kandungan gula, garam, dan lemak dalam produk tersebut tidak terlalu banyak. Selain itu, klaim seperti “bebas gula” atau “non-kolesterol” yang membuat produk makanan atau minuman terdengar lebih sehat juga perlu dikonfirmasi kembali melalui label informasi nilai gizi dan komposisinya.

Dasar ilmu perilaku dan hubungannya dengan pemilihan makanan dan minuman yang tidak sehat juga dituturkan oleh **Co-founder AdvisLab, Choky Ramadhan**. Menurutnya, manusia adalah makhluk yang irasional dan memiliki banyak pertimbangan sebelum mengambil keputusan. “Selain cukai, konsumen bisa diarahkan untuk memilih produk yang lebih sehat dengan membuat akses makanan-minuman dalam kemasan sulit diperoleh, perbesar tempat menampilkan buah dan sayuran, serta menampilkan informasi mengenai kalori lebih jelas,” tambahnya.

Menutup diskusi ini, CISDI kembali menekankan agar inisiatif Kementerian Keuangan tahun lalu terkait usulan implementasi cukai MBKD segera diwujudkan demi pengendalian konsumsi produk dan penguatan kesehatan masyarakat Indonesia. sebagai upaya pengendalian konsumsi produk yang berdampak negatif bagi kesehatan ini.

-SELESAI-

Tentang CISDI

Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI) adalah *think tank* yang mendorong kebijakan kesehatan berbasis bukti ilmiah. Melalui program *Food Policy*, CISDI turut serta dalam pencegahan penyakit tidak menular. Program ini bertujuan menerapkan cukai minuman berpemanis yang berkaitan erat dengan kemunculan diabetes dan obesitas, dua penyakit mematikan di Indonesia, melalui metode riset ilmiah, advokasi kepada pembuat kebijakan, pelibatan komunitas dan anak muda, serta meningkatkan kesadaran gaya hidup sehat melalui beragam kegiatan kampanye.

Kontak Media:

Ardiani Hanifa Audwina
Content & Media Officer



Email: communication@cisdi.org

www.cisdi.org