

Pengetahuan dan Persepsi Ibu Mengenai Informasi Nilai Gizi pada Produk Label Formula Pertumbuhan Anak Balita

¹M Mutalazimah*, ²R. Radyan Yaminar

¹²Prodi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Email: mutalazimah@ums.ac.id

Abstrak

Keywords:

Pengetahuan;
Persepsi; Nilai gizi;
Formula
pertumbuhan.

Pemberian formula pertumbuhan pada anak balita umur 12 – 59 bulan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan zat gizi selain berasal dari ASI atau makanan utama. Pemilihan produk formula pertumbuhan oleh ibu dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan tersebut. Penelitian ini bertujuan mengukur dan mendeskripsikan pengetahuan dan persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi yang tertera pada label produk formula pertumbuhan untuk anak balita. Penelitian bersifat deskriptif, dengan subjek penelitian sebesar 37 ibu balita yang tinggal di Kelurahan Joho, Sukoharjo, Jawa Tengah yang dipilih dengan teknik consecutive sampling. Data pengetahuan mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, dikumpulkan menggunakan kuesioner yang terdiri atas 18 butir pertanyaan, dan kuesioner untuk mengukur persepsi sebanyak 19 butir pertanyaan. Analisis data deskriptif berupa distribusi frekuensi kategori pengetahuan dan persepsi pada ibu balita. Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan ibu balita mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, dengan kategori kurang sebesar 13,5%, cukup 73,0% dan baik 13,5%. Persepsi ibu balita dengan kategori positif sebesar 89,2%, dan kategori negatif sebesar 10,8%. Rekomendasi untuk institusi pemegang program promosi gizi dan kesehatan ibu dan anak, adalah meningkatkan program edukasi pada ibu yang dapat meningkatkan pengetahuan dan persepsi sehingga meningkatkan kualitas pola asuh gizi pada anak balita.

Giving growth formulas to children aged 12 - 59 months aims to meet the nutritional needs other than breast milk or main food. The choice of growth formula products by mothers can be influenced by the knowledge and perceptions of mothers regarding the nutritional information on the growth formula product labels. This study aims to measure and describe the knowledge and perceptions of mothers regarding the nutritional information listed on the growth formula product label for children under five. This research is descriptive, with research subjects as many as 37 mothers of children under five who live in Joho Village, Sukoharjo, Central Java recruited by consecutive sampling. Knowledge regarding nutritional information on growth formula product labels were collected using a questionnaire consisting of 18 questions, and a questionnaire to measure perceptions of 19 questions. Descriptive data analysis is in the form of frequency distribution of knowledge and perception categories in mothers of children under five. The results of this study indicate that the

knowledge of mothers under five about nutritional information on the label of growth formula products, with a low category of 13.5%, 73.0% sufficient and 13.5% good. Perception of mothers under five with a positive category of 89.2%, and a negative category of 10.8%. Recommendations for institutions holding nutrition and maternal and child health promotion programs are to improve education programs for mothers that can increase knowledge and perceptions so as to improve the quality of nutrition parenting for children under five.

1. PENDAHULUAN

Prinsip upaya perbaikan gizi masyarakat yang termaktub dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan Pasal 141, adalah untuk meningkatkan mutu gizi, baik individu maupun kelompok masyarakat melalui perbaikan pola konsumsi makanan yang sesuai dengan gizi seimbang, termasuk juga di dalamnya upaya perbaikan perilaku sadar gizi [1]. Perilaku sadar gizi tersebut diharapkan dapat memperbaiki status gizi masyarakat terutama kelompok rawan gizi. Salah satu kelompok rawan gizi yang berisiko mengalami malnutrisi adalah anak balita (12-59 bulan). Kebutuhan asupan gizi anak balita memerlukan perhatian khusus agar dapat terpenuhi dengan optimal [2].

Pada saat anak mulai memasuki usia balita, kebutuhan zat gizi tidak dapat terpenuhi dari air susu ibu (ASI) saja, karena ASI hanya memenuhi 30% dari total zat gizi yang harus didapatkan oleh anak balita. Oleh karena itu anak balita, terutama yang sudah mengalami penyapihan dari ASI, memerlukan makanan pendamping ASI (MP-ASI), selain makanan pokok seperti makanan orang dewasa, sebagian besar mendapatkan formula pertumbuhan. Sesuai Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2013, yang menetapkan bahwa pemberian susu formula pertumbuhan diperuntukkan untuk bayi diatas umur satu tahun, kemudian untuk bayi dibawah satu tahun di perbolehkan hanya dalam keadaan medis tertentu [3].

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) telah mengatur kandungan zat gizi dalam produk pangan olahan, melalui Peraturan Kepala

BPOM RI Nomor 31 Tahun 2013 tentang Pengawasan Formula Pertumbuhan [4]. Formula pertumbuhan adalah formula yang diperoleh dari susu sapi atau susu hewan lain dan/atau bahan yang berasal dari hewan dan/atau yang berasal dari tumbuh-tumbuhan yang semuanya telah dibuktikan sesuai untuk anak usia lebih dari 12 (dua belas) bulan sampai dengan 36 (tiga puluh enam) bulan. Selanjutnya diatur juga tentang kewajiban pencantuman informasi nilai gizi pada label pangan olahan melalui Peraturan Kepala BPOM RI Nomor 22 Tahun 2019 [5]. Pencantuman informasi nilai gizi pada label pangan olahan merupakan informasi yang penting namun sering diabaikan oleh konsumen [6].

Formula pertumbuhan harus memenuhi zat gizi yang lengkap sesuai standar yang ditentukan mencakup zat gizi makro maupun zat gizi mikro yang disesuaikan kebutuhan anak balita [7]. BPOM menetapkan standar informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan harus memenuhi standar jenis zat gizi yang dicantumkan, yakni energi total, lemak total, protein, karbohidrat total termasuk serat pangan, gula dan garam (natrium). Label informasi nilai gizi pada formula pertumbuhan juga harus mencantumkan % Angka Kecukupan Gizi (AKG) dari protein serta vitamin dan mineral (Vitamin A dan C, vitamin lain, Kalium, Kalsium, Zat Besi, dan mineral lain) [4].

Berkaitan dengan pentingnya pemenuhan kebutuhan gizi anak balita melalui produk formula pertumbuhan tersebut, maka ibu balita diharapkan dapat mempunyai pengetahuan dan persepsi yang baik mengenai informasi nilai gizi. Pengetahuan

dan persepsi ibu tentang hal-hal yang terkait dengan makanan bergizi akan berpengaruh terhadap pola asuh balita, terutama dalam hal praktik pemberian makan pada anak balita [8-11].

Pengetahuan ibu yang baik mengenai informasi nilai gizi pada label produk makanan, akan mendorong ibu untuk memilih produk makanan yang mengandung nilai gizi yang sesuai standar, sehingga kebutuhan gizi anak balita dapat terpenuhi secara optimal [12]. Dengan pengetahuan yang baik mengenai informasi nilai gizi pada label produk makanan, ibu akan lebih berpotensi melihat kandungan zat gizi pada berbagai produk pangan, termasuk produk susu, dan akan membandingkan satu produk dengan produk lainnya [13-14]. Demikian juga dengan persepsi yang merupakan cara pandang atau cara menyikapi sesuatu yang dipengaruhi oleh pengetahuan. Pengendalian konsumen terhadap pemilihan produk pangan, tidak saja terkait dengan pengetahuan namun juga terkait dengan persepsi mengenai informasi nilai gizi [15]. Pengetahuan ibu mengenai sumber makanan anak balita dari penelitian Tasnim et al. (2018) di Konawe Indonesia menunjukkan masih rendahnya ibu yang berpengetahuan tinggi, tepatnya kategori rendah (23,5%); sedang (73,0%) dan tinggi (3,5%) [9].

Berdasarkan uraian mengenai pentingnya informasi nilai gizi pada label pangan olahan, termasuk produk formula pertumbuhan yang telah ditetapkan oleh BPOM, selain itu pentingnya pengetahuan dan persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi terhadap praktik pemberian makan pada anak balita, maka penelitian ini dilakukan, bertujuan untuk mendeskripsikan pengetahuan dan persepsi ibu, mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan untuk anak balita, yang dilaksanakan di Kelurahan Joho, Sukoharjo, Jawa Tengah.

Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan hasil survei awal yang menunjukkan bahwa di Kelurahan Joho masih ditemukan angka kasus gizi kurang pada anak balita sebanyak 9,94%. Angka tersebut merupakan

persentase terbesar kasus gizi kurang di kecamatan Sukoharjo, terdapat pula persentase gizi baik sebesar 88,95%. Angka tersebut merupakan persentase gizi baik terendah di Kecamatan Sukoharjo [16]. Selain itu dari hasil wawancara pada 15 anak balita di Kelurahan Joho, sebesar 100% mengkonsumsi susu formula pertumbuhan. Dengan demikian perlu diperoleh deskripsi mengenai pengetahuan dan persepsi ibu berkaitan dengan informasi nilai gizi formula pertumbuhan tersebut, sehingga dapat memberi masukan bagi instansi terkait perbaikan gizi balita dan ditindaklanjuti sesuai hasil penelitian.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, karena menyajikan data pengetahuan dan persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan dalam bentuk deskriptif dan tidak menguji hipotesis. Subjek penelitian dipilih melalui teknik consecutive sampling dengan kriteria ibu yang mempunyai anak balita (12-59 bulan), anak balita mendapatkan formula pertumbuhan dan tinggal di Kelurahan Joho, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Penelitian ini telah memenuhi persyaratan etika dengan mendapatkan persetujuan dari Komisi Etik Penelitian Kesehatan (FEKP) Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan nomor ethical clearance No. 1450/B.1/KEPK-FKUMS/IX/2018.

Data pengetahuan mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, dikumpulkan menggunakan kuesioner yang terdiri atas 18 butir pertanyaan, dan kuesioner untuk mengukur persepsi sebanyak 19 butir pertanyaan. Butir-butir pertanyaan pada kuesioner pengetahuan dan persepsi telah diuji reliabilitasnya. Pengujian terhadap reliabilitas berupa indeks daya beda item (item-total correlation) menunjukkan seluruh butir pertanyaan telah reliabel dengan nilai $r > 0,3$. Demikian juga pengujian terhadap reliabilitas berupa konsistensi internal (inter-item correlation) menunjukkan bahwa seluruh butir

pertanyaan pada dua buah kuesioner tersebut telah reliabel, dengan nilai Alpha Cronbach masing-masing sebesar 0,888 dan 0,833. Pertanyaan untuk mengukur pengetahuan dengan model true or false (Benar atau Salah), jawaban benar diskor 1 dan jawaban salah di skor 0, serta dikonversikan ke nilai total 100. Skor akhir dengan cara skoring total dari jawaban benar sesuai kunci jawaban. Sementara itu pengukuran nilai persepsi dengan metode penskalaan skala Likert (Tidak Setuju, Netral dan Setuju) dari ordinal menjadi skala interval menggunakan pendekatan Z-Score. Kategori pengetahuan dan persepsi ibu diperoleh menggunakan rumus pendekatan nilai rata-rata dan standar deviasi, yakni: kategori Baik = $X > Mi + 1(SDi)$; Cukup = $Mi - 1SDi \leq X \leq Mi + 1(SDi)$ dan Kurang = $X < Mi - 1(SDi)$. Untuk persepsi dikategorikan lagi Persepsi Positif (kategori Baik dan Cukup) dan Persepsi Negatif (kategori Kurang). Analisis data secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dari kategori pengetahuan dan persepsi mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, selain itu dianalisis mengenai persentase jawaban responden pada setiap butir pertanyaan baik pada variabel pengetahuan maupun variabel persepsi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 1. berikut ini akan disajikan distribusi frekuensi dari karakteristik ibu anak balita yang meliputi umur, pendidikan dan pekerjaan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Variabel	n	%
Umur (tahun)		
< 20 atau ≥ 35	18	48,6
20 – 35	19	51,4
Pendidikan		
Tidak Sekolah	1	2,7
SD	2	5,4
SLTP	9	24,3
SLTA	18	48,6
Perguruan Tinggi	7	18,9
Pekerjaan		

Buruh	1	2,7
Ibu Rumah Tangga	25	67,6
Karyawan/Wiraswasta	11	29,7

Persentase ibu dengan umur berisiko (< 20 tahun) dan tidak berisiko (20-35 tahun) tidak jauh berbeda. Sementara itu untuk karakteristik pendidikan, mayoritas ibu berpendidikan SLTA sederajat dengan persentase 48,6%, hasil yang mirip dengan penelitian van Ansem *et al.* (2014) mengenai pengaruh pendidikan ibu terhadap pola asuh gizi pada anak balita, memperoleh hasil ibu yang berpendidikan SLTA sederajat sebesar 48,03% [17]. Demikian juga dengan pekerjaan perbedaan persentase cukup menyolok, didominasi ibu sebagai ibu rumah tangga atau tidak bekerja sebesar 67,6%, hasil penelitian ini tidak berbeda jauh dengan hasil penelitian Khasawneh *et al.* (2020) mengenai kaitan pengetahuan ibu dengan perencanaan menyusui yang menemukan 70,8% ibu tidak bekerja [18].

3.2. Pengetahuan ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan

Deskripsi ibu menjawab benar pertanyaan-pertanyaan yang menjadi indikator pengetahuan mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, secara lebih detail tersaji pada Tabel 2. Persentase responden yang menjawab dengan benar, dapat dikategorikan menjadi 3, yakni: a) persentase > 80% : ada 8 butir pertanyaan, yang dijawab benar oleh responden dengan rentang 81,1% – 94,6% yakni mengenai ruang lingkup informasi nilai gizi dan manfaat membaca beberapa nilai zat gizi pada label, juga mengenai maksud dari istilah takaran saji dan satuan zat gizi lemak yang tersaji pada label. b) persentase 60% - 80% : ada 5 butir pertanyaan yang dijawab benar oleh responden dengan rentang persentase 64,9% - 75,7%, yakni mengenai dampak tidak membaca label informasi nilai gizi, pencantuman nilai gizi tertentu sesuai baku BPOM RI, manfaat membaca kandungan gula pada label, dan pencantuman informasi nilai gizi pada label

produk pangan adalah bersifat wajib. c) persentase < 60% : ada 5 butir pertanyaan yang dijawab benar oleh responden dalam rentang 10,8% - 56,8%, untuk pertanyaan jenis nilai gizi yang diwajibkan dicantumkan oleh BPOM RI tidak sebatas total energi, total lemak, protein dan kalium hanya dijawab 10,8%. Hal ini berarti sebagian besar responden tidak mengetahui standar baku nilai gizi yang harus dicantumkan pada produk formula pertumbuhan, selain yang disebutkan, juga ada karbohidrat termasuk serat pangan, ada vitamin dan mineral. Beberapa pertanyaan lain dengan persentase jawaban benar yang rendah adalah mengenai tanggal kadaluwarsa merupakan bagian dari informasi nilai gizi. Tanggal kadaluwarsa merupakan bagian dari informasi non gizi pada label produk pangan [5]. Selain itu pada pertanyaan mengenai keterkaitan asupan formula lanjutan dengan status gizi anak balita dan masih ada ketidaktahuan responden bahwa kewajiban pencantuman informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan berlaku pada semua kemasan.

Mengkaji rata-rata skor pengetahuan ibu setelah dikonversikan dengan rentang skor 0-100, penelitian ini memperoleh rata-rata pengetahuan ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula lanjutan sebesar $69,4 \pm 11,5$ dengan skor terendah 38,9 dan skor tertinggi 88,9. Nilai rata-rata pengetahuan ibu ini hampir sama dengan hasil penelitian Kakinami *et al.* (2016) sebesar $60,0 \pm 19,3$. Setelah dikategorikan, persentase tertinggi dengan kategori pengetahuan cukup sebesar 73,0%. Masih ditemukan pengetahuan kurang sebesar 13,5% dan ibu yang berpengetahuan baik baru 13,5%. Berdasarkan hasil penelitian ini, penting untuk terus mengkampanyekan budaya membaca informasi nilai gizi pada label produk pangan. Melalui budaya sadar informasi nilai gizi, akan meningkatkan pengetahuan mengenai informasi nilai gizi serta bermanfaat bagi konsumen untuk memberikan keyakinan membeli dan merasa terjamin nilai gizinya ketika mengkonsumsi produk pangan tersebut

[19]. Informasi mengenai nilai gizi pada label produk pangan, akan meningkatkan pengetahuan sebagai dasar bagi konsumen untuk memiliki kepedulian untuk melindungi dan meningkatkan kesehatan, termasuk mencegah dari risiko penyakit-penyakit kronis [20].

3.3. Persepsi ibu mengenai mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan

Tabel 3. menyajikan deskripsi persepsi ibu mengenai mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan. Deskripsi persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula lanjutan, tersaji pada Tabel 3. dapat diuraikan bahwa persentase responden yang merasa berkesan positif berkisar antara 35,1% - 91,9%. Persentase terendah responden (35,1%) menyetujui pernyataan mengenai varian rasa dari perisa makanan buatan tidak berpengaruh terhadap nilai gizi formula pertumbuhan, hal ini berarti sebagian besar responden (64,9%) merasa bahwa perbedaan varian rasa pada formula pertumbuhan tersebut berpengaruh terhadap nilai gizi, yang sebenarnya perisa makanan buatan hanya penambahan perasa saja untuk memperbaiki warna dan aroma, sehingga tidak merubah nilai gizi dari sebuah produk. Persentase yang tergolong rendah lainnya (48,6%) adalah masih merasa lebih penting melihat merk daripada nilai gizi. Hasil yang memerlukan perhatian lainnya adalah pernyataan mengenai tidak perlu membeli produk formula pertumbuhan bila tidak mencantumkan informasi nilai gizi (disetujui oleh 59,4% responden), hal ini menunjukkan bahwa 40,6% responden berpeluang membeli produk meskipun tidak mencantumkan informasi nilai gizi. Selain itu masih ada 54,1% yang menyatakan informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan masih sulit dimengerti, hal ini memerlukan edukasi yang terus menerus untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya membaca label nilai gizi pada produk pangan. Sementara itu, pernyataan lainnya rata-rata sudah cukup memadai direspon secara positif oleh responden.

Berdasarkan proses skoring persepsi, yang mempunyai rentang skor 0-76, penelitian ini memperoleh rata-rata persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula lanjutan sebesar $37,5 \pm 7,8$ dengan skor terendah 12,8 dan skor tertinggi 53,6. Setelah dikategorikan, responden dengan kategori persepsi positif sebesar 89,2% dan masih ditemukan responden dengan kategori negatif sebesar 10,8%. Masih ditemukannya responden yang berpersepsi negatif terhadap informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan bagi anak balita, bisa jadi menunjukkan adanya rasa kurang *awareness* atau belum memiliki kesadaran optimal mengenai pentingnya informasi nilai gizi tersebut terhadap upaya pemenuhan kebutuhan gizi bagi anak balita yang diharapkan dapat mencapai status gizi dan kesehatan yang optimal. Menurut Ikonen *et al.* (2020), promosi informasi nilai gizi pada label produk pangan ini berkorelasi positif dengan persepsi positif terhadap kesehatan secara menyeluruh [21]. Persepsi mengenai nilai informasi gizi pada label produk pangan akan mendukung konsumen berperilaku lebih sehat dalam pemilihan makanan untuk hidup yang lebih sehat [20].

4. KESIMPULAN

Pengetahuan ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan anak balita sudah cukup baik, sebagian besar telah memahami manfaat

dari pencantuman setiap zat gizi pada label, seperti manfaat pencantuman energi total, lemak total, karbohidrat, protein dan vitamin serta mineral. Namun demikian masih ditemukan yang berpengetahuan kurang. Demikian halnya juga dengan persepsi ibu mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan anak balita mengenai informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan anak balita, juga sebagian besar telah positif, ditunjukkan dengan sebagian besar menyatakan penting untuk membaca informasi nilai gizi tersebut. Masih ada sebagian kecil yang belum mempunyai persepsi positif, seperti lebih penting melihat merk atau tidak merasa perlu membaca dengan cermat, cukup membaca kandungan energi total. Dengan demikian penelitian ini merekomendasikan kepada instansi terkait, untuk terus melakukan upaya edukasi dan promosi gizi untuk meningkatkan pengetahuan dan persepsi positif responden terhadap nilai informasi gizi pada label produk formula pertumbuhan untuk mengoptimalkan tumbuh kembang dan status gizi anak balita

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada semua pemangku kepentingan dan responden di Kelurahan Joho, Sukoharjo, telah memberi izin dan berkenan berpartisipasi pada penelitian ini dan menjadi bagian kemanfaatan pengembangan keilmuan bidang gizi dan kesehatan.

Tabel 2. Pengetahuan Responden Mengenai Informasi Nilai Gizi Pada Label

Variabel	Responden (%)
Pengetahuan	
Menjawab dengan benar mengenai ruang lingkup informasi nilai gizi yang dibakukan oleh BPOM RI.	94,6
Menjawab dengan benar mengenai manfaat informasi kandungan kalsium pada label produk formula pertumbuhan.	56,8
Menjawab dengan benar manfaat informasi mengenai kandungan energi total label produk formula pertumbuhan.	86,5
Menjawab dengan benar bahwa tanggal kadaluwarsa tidak merupakan bagian dari informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan.	29,7
Menjawab dengan benar bahwa pencantuman informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan di Indonesia bersifat wajib.	72,9
Menjawab dengan benar manfaat informasi mengenai kadar gula pada label produk formula pertumbuhan.	75,7
Menjawab dengan benar manfaat informasi mengenai untuk kandungan zat besi pada label produk formula pertumbuhan.	86,5
Menjawab dengan benar manfaat informasi mengenai serat pangan pada label produk formula pertumbuhan.	89,2
Menjawab dengan benar bahwa informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan tidak terbatas pada kemasan tertentu.	29,7
Menjawab dengan benar informasi kandungan lemak pada label produk formula pertumbuhan, dicantumkan dalam satuan gram.	91,9
Menjawab dengan benar informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan, bermanfaat untuk pengendalian asupan zat gizi anak balita.	94,6
Menjawab dengan benar informasi energi total merupakan informasi nilai gizi paling utama pada produk formula pertumbuhan.	94,6
Menjawab dengan benar takaran saji pada label produk formula pertumbuhan adalah jumlah yang dikonsumsi dalam setiap sajian.	81,1
Menjawab dengan benar bahwa produk formula pertumbuhan yang tidak mencantumkan informasi nilai gizi pada labelnya akan mempersulit konsumen memperkirakan asupan gizi bagi balita.	64,9
Menjawab dengan benar bahwa nilai gizi yang diwajibkan oleh BPOM RI tercantum dalam label produk formula pertumbuhan tidak hanya energi total, lemak total, protein, dan kalium.	10,8
Menjawab dengan benar bahwa status gizi anak balita berkaitan dengan asupan makan termasuk yang dari nilai gizi yang bersumber dari produk formula pertumbuhan.	37,8
Menjawab dengan benar informasi nilai gizi yang tercantum pada label produk formula pertumbuhan hanya mencantumkan nilai gizi tertentu sesuai baku BPOM RI.	67,6
Menjawab dengan benar bahwa bila tidak membaca informasi nilai gizi, tidak dapat mengontrol asupan gizi anak balita yang berasal dari produk formula pertumbuhan.	72,9
Mean (SD): 69,4 (11,5) Median (Min-Maks): 72,2 (38,9 – 88,9) sebesar	
Kategori Pengetahuan	
Kurang	13,5
Cukup	73,0
Baik	13,5

Tabel 3. Persepsi Responden Mengenai Informasi Nilai Gizi Pada Label

Variabel	Responden (%)
Persepsi	
Merasa setuju bila label produk formula pertumbuhan mencantumkan banyak informasi nilai gizi.	78,4
Merasa penting untuk membaca informasi nilai gizi pada label formula pertumbuhan.	91,9
Merasakan manfaat membaca informasi nilai gizi untuk memperkirakan nutrisi terbaik yang dibutuhkan anak balita.	78,4
Merasa setuju bila konsumen harus membaca label informasi nilai gizi terlebih dahulu sebelum membeli produk formula pertumbuhan	75,7
Merasa setuju bila ketidaktahuan konsumen dalam memahami informasi nilai gizi akan berdampak buruk terhadap status gizi anak balita.	78,4
Merasa bahwa informasi nilai gizi pada label produk formula pertumbuhan yang beredar saat ini sulit untuk dimengerti.	54,1
Merasa bahwa susu dengan label UHT mempunyai nilai gizi yang jauh lebih tinggi dari pada susu tidak berlabel UHT.	78,4
Merasa bahwa kandungan AA dan DHA pada produk formula pertumbuhan merupakan hal yang paling penting dibaca.	81,7
Merasa bahwa kandungan yang paling penting diperhatikan dalam informasi nilai gizi formula pertumbuhan adalah kandungan Kalsium.	62,1
Merasa bahwa informasi nilai gizi yang ditetapkan oleh BPOM RI sudah akurat.	73,0
Merasa setuju bahwa kandungan energi yang rendah dalam formula pertumbuhan mengakibatkan anak balita menjadi gizi buruk.	73,0
Merasa rugi karena tidak membaca informasi nilai gizi pada formula pertumbuhan.	83,8
Merasa lebih penting melihat merk produk formula pertumbuhan dibandingkan dengan melihat label informasi nilai gizinya.	48,6
Merasa ada yang kurang, jika membeli formula pertumbuhan tanpa memperhatikan informasi nilai gizinya.	75,7
Merasa bahwa varian rasa dari perisa makanan pada formula pertumbuhan tidak berpengaruh dalam kandungan gizinya.	35,1
Merasa setuju bila ada produk formula pertumbuhan yang tidak mencantumkan informasi nilai gizi sebaiknya tidak dibeli.	59,4
Merasa setuju bahwa membaca informasi nilai gizi dapat membedakan kualitas gizi pada beberapa produk formula pertumbuhan.	75,7
Merasakan manfaat bahwa dengan membaca informasi nilai gizi dapat memperkirakan asupan energi yang dikonsumsi anak balita dalam sehari.	75,7
Merasa informasi nilai gizi dari mineral tidak penting untuk dibaca, karena lebih penting informasi energi total saja.	81,1
Rata-rata (SD): 37,5 (7,8)	Median (Min-Maks): 37,7 (12,8 – 53,6)
Kategori Persepsi	
Positif	89,2
Negatif	10,8

REFERENSI

- [1] Kemenkumham RI. UU Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.; 2009.
- [2] Dipasquale V, Cucinotta U, Romano C. Acute Malnutrition in Children : Pathophysiology, Clinical Effect and Treatment. *Nutrients*. 2020;12(2413):1-9.
- [3] Kemenkes RI. Permenkes RI Nomor 39 Tahun 2013 Tentang Susu Formula Bayi dan Produk Bayi Lainnya. Jakarta; 2013.
- [4] BPOM RI. Peraturan BPOM RI Nomor 31 Tahun 2013 Tentang Pengawasan Formula Pertumbuhan. 2013:1-16.
- [5] BPOM RI. Peraturan BPOM RI Nomor 22 Tahun 2019 Tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan.; 2019.[
- [6] Miller LMS, Cassady DL. The effects of nutrition knowledge on food label use. A review of the literature. *Appetite*. 2015;92:207-216.
doi:10.1016/j.appet.2015.05.029
- [7] Jardí Piñana C, Aranda Pons N, Bedmar Carretero C, Arija Val V. Nutritional composition of infant milk formulas. Level of compliance in their manufacture and adequacy of nutritional needs. *An Pediatr*. 2015;83(6):417-429.
doi:10.1016/j.anpedi.2015.03.003
- [8] Acharya J. Knowledge, attitudes, beliefs and behaviour of mothers of young children related to vitamin A supplements: comparing rural and urban perspectives in Nepal. *Eur J Nutr Food Saf*. 2018;5(5):389-399.
[https://search.proquest.com/docview/2083744337?accountid=14477%0Ahttps://ual.gtlib.net/sod/poa_login.php?centro=\\$UALMG&?centro=\\$UALMG&sid=\\$UALMG&title=&atitle=&aulast=Acharya%2C+Jib&date=2018&volume=&issue=&pages=](https://search.proquest.com/docview/2083744337?accountid=14477%0Ahttps://ual.gtlib.net/sod/poa_login.php?centro=$UALMG&?centro=$UALMG&sid=$UALMG&title=&atitle=&aulast=Acharya%2C+Jib&date=2018&volume=&issue=&pages=).
- [9] Tasnim T, Mwanri L, Dasvarma G. Mother's child feeding knowledge and practices associated with underweight in children under-five years: a study from rural Konawe, Indonesia. *Public Heal Indones*. 2018;4(1):9-18.
doi:10.36685/phi.v4i1.160
- [10] Broilo MC, Vitolo MR, Stenzel LM, Levandowski DC. Mothers' perceptions of their own diets and the diets of their children at 2-3 years of age. *Psicol Reflex e Crit*. 2017;30(13):1-13.
doi:10.1186/s41155-017-0067-7
- [11] Bimpong KA, Cheyuo EKE, Abdul-Mumin A, Ayanore MA, Kubuga CK, Mogre V. Mothers' knowledge and attitudes regarding child feeding recommendations, complementary feeding practices and determinants of adequate diet. *BMC Nutr*. 2020;6(1):4-11.
doi:10.1186/s40795-020-00393-0
- [12] Cho S, Lee S. Multilevel analysis on mother's nutrition label use and children's propensity for being overweight. *J Rural Dev*. 2016;39(Special Issue):89-112.
- [13] Darkwa S. Knowledge of nutrition facts on food labels and their impact on food choices on consumers in Koforidua , Ghana : a case study. *S Afr J Clin Nutr*. 2014;27(1):13-17.
- [14] Seyedhamzeh S, Nedjat S, Hosseini H, Shakibazadeh E, Viera AJ, Dorosty Motlagh A. Potential effect of different nutritional labels on food choices among mothers: A study protocol. *BMC Public Health*. 2020;20(1):1-7.
doi:10.1186/s12889-020-8411-8
- [15] Martini D, Menozzi D. Food labeling: Analysis, understanding, and perception. *Nutrients*. 2021;13(1):1-5.
doi:10.3390/nu13010268
- [16] Dinas Kesehatan Sukoharjo. *Pemantauan Status Gizi Tahun 2017*. Sukoharjo; 2017.
- [17] van Ansem WJC, Schrijvers CTM, Rodenburg G, van de Mheen D. Maternal educational level and children's healthy eating behaviour: Role of the home food environment (cross-sectional results from the INPACT study). *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2014;11(1):1-12.
doi:10.1186/s12966-014-0113-0
- [18] Khasawneh W, Kheirallah K, Mazin M, Abdulnabi S. Knowledge, attitude, motivation and planning of breastfeeding: A cross-sectional study among Jordanian women. *Int Breastfeed J*. 2020;15(1):1-9.

- doi:10.1186/s13006-020-00303-x
- [19] Zainol Z, Yahaya R, Osman J, Omar NA. The Effect of Health Knowledge, Nutrition Label Use and Attitude towards Nutrition Label on Healthy Food Choice among Malaysian Consumer. *Int J Acad Res Bus Soc Sci.* 2019;9(9):1327-1352. doi:10.6007/ijarbss/v9-i9/6467
- [20] Viola G, Bianchi F, Croce E, Ceretti E. Are food labels effective as a means of health prevention? *J Public health Res.* 2016;5(768):139-142.
- [21] Ikonen I, Sotgiu F, Verlegh P. Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: an interdisciplinary meta-analysis. *J Acad Mark Sci.* 2020;48:360-383.