

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan produk minuman kekinian semakin marak dipasaran. Seiring perkembangan tersebut, gaya hidup konsumen dalam memilih jenis minuman juga mulai berubah. Perubahan ini terlihat dari *trend* pola konsumsi makanan cepat saji ataupun *fast drink* yang sudah menjadi *lifestyle* anak muda di perkotaan (Anshari, 2019). *Fast drink* dirasa lebih *modern* karena menawarkan variasi rasa yang beragam, harga yang terjangkau serta proses penyajiannya yang cenderung singkat (Rohmah, 2021). Pada umumnya, makanan cepat saji ataupun *fast drink* mengandung nilai protein, kalori serta lemak yang tinggi, serta adanya bahan tambahan makanan, seperti pengawet, pewarna dan pemanis buatan (Setyawati and Rimawati, 2016).

Bahan Tambahan Makanan (BTM) adalah suatu senyawa atau campuran berbagai senyawa yang secara sengaja ditambahkan ke dalam makanan dan minuman dalam proses pengolahan, pengemasan dan penyimpanan dan bukan merupakan bahan (*ingredient*) utama (Hayat *et al.*, 2020). Bahan tambahan makanan, dapat meliputi zat pemanis buatan, pengawet, dan pewarna sintetis. Tentu dengan adanya BTM dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan tubuh karena dianggap kurang dalam memenuhi kebutuhan bagi tubuh, apabila sering mengonsumsi *fast drink*. Salah satu *fast drink* yang semakin marak di pasaran dan cenderung digemari oleh anak-anak usia remaja hingga dewasa, yaitu minuman *Thai Tea*.

Minuman *Thai Tea* merupakan suatu olahan minuman yang berbahan dasar teh hitam khas Thailand, yang diberi tambahan susu, gula, krimer dan es batu guna menambah cita rasa minuman tersebut (Mawarni *et al.*, 2019). Minuman *Thai Tea* merupakan produk minuman teh yang khas berasal dari Thailand dan mulai dikenal kira-kira sejak kurun waktu 1980-an. Teh Thailand juga dikenal sebagai Thailand es teh atau “cha-yen”, artinya (Thai: ชาเย็น, [tɕʰaː.jɛn] “teh dingin”) (Kapti, 2020). Teh khas dari Thailand ini memiliki penampakan warna secara umum oranye dengan rasa manis dan *milky*. Daun tehnya yang digunakan juga berbeda, yaitu daun teh yang hanya tumbuh di dataran Thailand. Bahan yang digunakan secara alami dari rempah-rempah yang digunakan, seperti cengkih, bunga pekak, biji asam, kapulaga dan *orange blossom* (Galih, 2018). Cita rasa yang ditimbulkan dari *Thai Tea* cocok dilidah masyarakat Indonesia, sehingga terjadinya peningkatan kebutuhan konsumen terhadap minuman *Thai Tea* yang membuat banyak para pelaku usaha mulai mengikuti permintaan pasar dengan cara menjual minuman olahan *Thai Tea* yang serupa dengan brand-brand minuman *Thai Tea* yang sudah besar yang tersebar di berbagai macam *mall* di Indonesia.

Pada umumnya, produk bubuk minuman *Thai Tea* dengan produsen lokal, biasanya akan menimbulkan cita rasa yang sudah disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Namun, untuk produk bubuk minuman *Thai Tea* dengan produsen non-lokal, seperti buatan Thailand, memiliki cita rasa yang akan ditimbulkan adalah dengan tetap mempertahankan cita rasa *authentic* dan bahan baku asli dari Thailand. Perbedaan bahan baku ini dapat mempengaruhi harga produk dipasaran. Harga bubuk *Thai Tea* impor cenderung lebih mahal daripada

bubuk *Thai Tea* buatan produsen lokal. Selain dari harga, perbedaan bahan baku secara nyata dapat dilihat oleh konsumen pada bagian komposisi produk yang tertera pada kemasan. Umumnya, produk minuman bubuk *Thai Tea* impor tidak mengandung pemanis buatan, seperti siklamat. Hal ini dikarenakan pemanis non-nutrisi atau pemanis buatan yang biasa digunakan di Thailand adalah Sucralose, Aspartame, Acesulfame K, Luo Han Guo (ekstrak buah biskus), Sakarin, dan Stevia. FDA Thailand telah menyetujui penggunaan pemanis buatan ini. Di Thailand, pemanis buatan Aspartam dan Acesulfame K banyak digunakan sebagai pemanis dalam bentuk minuman fungsional, seperti sebagai minuman kurkumin ditambah vitamin C, ditambah dengan Aspartam untuk rasa yang baik.

Di Indonesia dari *trend* maraknya minuman *Thai Tea* tersebut, diduga ada sebagian oknum pelaku usaha yang berbuat curang dengan menambahkan BTM, seperti zat pemanis siklamat dalam minuman *Thai Tea* saat meramu agar mendapatkan rasa yang enak dan lebih manis dengan harga yang murah. Bahan tambahan makanan, berupa zat pemanis, yaitu siklamat karena memiliki tingkat kadar kemanisan hingga 30 kali lipat dari kemanisan gula pada umumnya dan memiliki harga yang cenderung lebih murah serta tidak memiliki *after-taste* pahit, seperti pemanis buatan lainnya, yaitu sakarin. Walaupun ekonomis dari segi harga, pemanis buatan ini memiliki efek negatif bagi kesehatan manusia. Efek negatif tersebut tentu tidak langsung seketika dirasakan atau terjadi pada tubuh manusia, akan tetapi membutuhkan jangka waktu yang lama. Dengan alasan ekonomi dan mengabaikan efek yang ditimbulkan, penjual pangan tetap tertarik dalam

menggunakan siklamat pada produk jualnya sebagai pemanis, salah satu produknya adalah teh dengan kemasan siap minum (Handayani, 2018).

Dari hasil penelitian sebelumnya, masih ditemukan adanya penggunaan Siklamat pada produk minuman olahan *Thai Tea*. Berdasarkan, hasil kajian dari Badan Perlindungan Konsumen Negara (BPKN) masih menemukan adanya suatu penyalahgunaan Bahan Tambahan Pangan (BTP) yang melebihi volume yang diizinkan, seperti pada penggunaan pemanis buatan siklamat (LPK Jatim, 2009). Pada hasil penelitian Susanti (2013), terhadap kadar pemanis sintetis natrium siklamat pada sampel minuman cup di Kota Bandung, menunjukkan bahwa pada sampel teh (merk x) mengandung konsentrasi natrium siklamat dari 49.162 ppm sampai 148.617 ppm. Kadar konsentrasi tersebut telah melebihi ambang batas yang sudah ditetapkan dalam Permenkes RI No.722/Menkes/Per/IX/1988, yaitu sebesar 3000 ppm untuk natrium siklamat.

Dengan adanya penggunaan berlebihan zat pemanis sintetis yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya pada produk minuman olahan, maka dapat disimpulkan bahwa adanya indikasi kecurangan dari pelaku usaha. Dalam kaitannya hal tersebut tentu tidak menutup kemungkinan, jika konsumen akan berpotensi mengalami keracunan makanan akibat kecurangan pelaku usaha sehingga berdampak pada ketidakamanan pangan yang beredar di masyarakat. Padahal, keamanan pangan merupakan salah satu isu yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh industri pangan mulai dari sektor hulu hingga sektor hilir. Keamanan pangan menjadi suatu hal yang sangat kompleks, dikarenakan keamanan pangan memiliki sifat multisektoral dan multidisplin. Salah satu hal yang

dibutuhkan konsumen adalah adanya suatu jaminan keamanan pangan pada seluruh rantai pangan. Hal ini dikarenakan, terdapat lebih dari sebanyak 200 penyakit yang dapat disebarkan melalui makanan ataupun minuman. Makanan atau minuman yang terkontaminasi dapat menyebabkan masalah kesehatan jangka panjang (Rustandi, 2021). Keberadaan BTM, seperti zat pemanis siklamat dalam minuman yang berlebih dapat mengindikasikan bahwa keamanan pangan sedang diabaikan oleh pelaku usaha, sehingga dapat membahayakan kesehatan bagi konsumen. Oleh karena itu, para pakar memberi anjuran kepada pecinta *Thai Tea* untuk tidak mengonsumsinya secara berlebihan karena dapat menyebabkan gangguan kesehatan, antara lain obesitas, diabetes, penyakit jantung hingga kanker.

Pada perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini, kemajuan dalam hal ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang pesat (Hana, 2019). Terlihat pada penjualan di dunia bisnis kuliner saat ini dapat melalui aplikasi online, seperti *Grabfood* dan *Gofood*. Aplikasi *Grabfood* dan *Gofood* merupakan fitur layanan yang favorit dari aplikasi *Grab* dan *Go-jek* di musim pandemi saat ini. Cara kerja dari fitur layanan tersebut, yaitu pelanggan atau konsumen hanya dengan menggunakan *smartphone* sudah dapat memesan makanan atau minuman yang diinginkan dan nantinya akan diantar oleh *driver* yang tergabung pada aplikasi tersebut. Produk minuman *Thai Tea* merupakan salah satu produk minuman yang sering di order oleh generasi Z melalui aplikasi tersebut (Akhmadi, 2021).

Secara umum, masyarakat cenderung menyukai pembelian *online food* karena lebih memilih menggunakan waktu yang seharusnya dilakukan untuk perjalanan keluar untuk membeli, namun menggunakannya untuk melakukan aktifitas lainnya.

Kemudian dengan mempertimbangkan juga beberapa aspek, yaitu adanya promosi atau diskon, cuaca dan rating vendor pada tempat makan. Selain memudahkan masyarakat atau konsumen, khususnya pada pengguna aplikasi *online food*, kehadiran aplikasi *online food* ini memberikan dampak, yaitu dapat membantu untuk memberikan akses yang lebih luas kepada pebisnis yang ingin berinovasi kuliner tanpa modal yang besar. Para pengusaha kuliner yang mengadopsi *online food delivery service*, tidak harus mempunyai karyawan khusus dan kendaraan tersendiri untuk layanan pengantaran kepada konsumen. Sehingga para pebisnis tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk gaji karyawan, juga tidak memerlukan tempat khusus dalam menggunakan layanan tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk membantu dalam menganalisis bahan tambahan makanan siklamat dan mengukur pengetahuan serta sikap pada beberapa gerai penjual sebagai peramu minuman olahan *Thai Tea* di wilayah Surabaya dan Sidoarjo yang terdaftar pada aplikasi *online food*, yaitu *Grab* dan *Go-Jek* guna mengetahui apakah ada hubungan antara pengetahuan dan sikap penjual dengan ada tidaknya zat bahan tambahan makanan siklamat yang digunakan pada minuman *Thai Tea* yang dijual dengan harapan konsumen dapat lebih berhati-hati lagi dalam membeli produk minuman, khususnya *Thai Tea*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari paparan latar belakang, pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini, masyarakat Indonesia lebih menyukai penggunaan *online food delivery*. Berdasarkan pada kebijakan adanya PPKM yang dapat membatasi

aktivitas konsumen untuk menikmati atau mengonsumsi makanan yang diinginkan di suatu restoran. Sehingga, pemesanan makanan melalui platform *online food delivery*, seperti *Grabfood* dan *Gofood* dianggap merupakan solusi terbaik (Saad, 2021). Berdasarkan riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia, menemukan bahwa sekitar 97% masyarakat Indonesia menggunakan digital untuk memesan layanan pesan antar makanan dan penggunaan *Gofood* dalam empat tahun terakhir melonjak menjadi 20 kali lipat. Seiring dengan berjalannya waktu, para pelaku usaha mengikuti permintaan pasar mengenai minuman *Thai Tea*, dikarenakan semakin tingginya permintaan pasar terkait dengan minuman *Thai Tea*. Hal ini terbukti dari produk minuman *Thai Tea* merupakan salah satu produk minuman yang sering di order oleh generasi Z melalui aplikasi online (Akhmadi, 2021). Akan tetapi, beberapa pelaku usaha diduga mengabaikan keamanan pangan dari minuman tersebut. Para pelaku usaha melakukan kecurangan dengan menambahkan bahan tambahan pangan, berupa siklamat pada minuman *Thai Tea*. Masih ditemukan adanya kadar pemanis sintetis natrium siklamat yang digunakan secara berlebihan pada sampel minuman cup teh (merk x) di Kota Bandung (Susanti, 2013). Hal ini mungkin dilakukan para pelaku usaha tersebut karena faktor ekonomi, yaitu untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal yang sedikit.

Para pelaku usaha yang memikirkan hanya untuk mencari keuntungan semata tidak peduli dengan dampak dari pemberian siklamat pada minuman yang dijualnya. Terlebih lagi, apabila peramu tidak mengetahui atau mengabaikan takaran ambang batas yang diizinkan. Hal ini tentu berbahaya bagi kesehatan

karena bahan tambahan pangan, seperti siklamat dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan. Siklamat, zat pemanis buatan, dapat menyebabkan banyaknya gangguan pada kesehatan, di antaranya tremor, migrain dan sakit kepala, kehilangan daya ingat, bingung, insomnia, iritasi, asma, hipertensi, diare, sakit perut, alergi, impotensi dan gangguan seksual, kebotakan, dan kanker otak (Rudyanto,2015).

Dengan demikian, mengingat dampak yang ditimbulkan dari penggunaan bahan tambahan makanan, seperti siklamat sangat berbahaya bagi kesehatan dan mengingat bahwa keamanan pangan sangatlah penting, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut terkait masih terdapat atau tidaknya penjual yang menambahkan penggunaan bahan tambahan makanan, berupa siklamat pada minuman olahan *Thai Tea* di masa saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara pengetahuan dan sikap pedagang dengan ada tidaknya bahan tambahan makanan siklamat pada minuman olahan *Thai Tea* yang dijual pada layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi online di wilayah Surabaya dan Sidoarjo?”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara tingkat pengetahuan dan sikap pedagang dalam penggunaan bahan tambahan

makanan siklamat pada minuman olahan *Thai Tea* yang dijual pada layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi online di wilayah Surabaya dan Sidoarjo.

1.4.2 Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi karakteristik usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, sosial ekonomi pedagang dan lama berjualan.
- b. Mengukur pengetahuan dan sikap pedagang mengenai bahan tambahan pangan pada penjual minuman olahan *Thai Tea* melalui kuesioner.
- c. Menganalisis adanya kandungan bahan tambahan makanan siklamat pada minuman olahan *Thai Tea* yang dijual pada layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi online di wilayah Surabaya dan Sidoarjo.
- d. Menganalisis hubungan antara pengetahuan dan sikap pedagang dengan ada tidaknya bahan tambahan makanan siklamat pada minuman olahan *Thai Tea* yang dijual pada layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi online di wilayah Surabaya dan Sidoarjo.

1.4.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Manfaat bagi Teoritis/ Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, pemikiran, dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan mengenai keamanan pangan dan bahan tambahan makanan, khususnya siklamat pada minuman olahan *Thai Tea*.

b. Manfaat bagi Responden atau Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan informasi kepada responden atau pedagang guna untuk menambah pengetahuan responden atau pedagang mengenai keamanan pangan dan bahan tambahan makanan, khususnya siklamat pada minuman olahan *Thai Tea*.

c. Manfaat bagi Peneliti

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari penelitian dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan mengenai keamanan pangan dan bahan tambahan makanan.
2. Sebagai sarana pengembangan ketrampilan dalam mengumpulkan data dan mengolah data.
3. Sebagai sarana mengembangkan *softskill*.

d. Manfaat bagi Masyarakat dan Pengguna Aplikasi *Online Food*

Diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan bagi kalangan masyarakat supaya lebih berhati-hati dalam membeli sebuah produk minuman olahan *Thai Tea* dan meningkatkan keamanan pangan bagi kalangan pengguna aplikasi *online food*, khususnya dari penyalahgunaan bahan tambahan pangan siklamat.

e. Manfaat bagi Instansi Universitas (FKM UNAIR)

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang keamanan pangan.
2. Mengembangkan penelitian gizi dalam aspek keamanan pangan dari segi bahan tambahan pangan.

f. Manfaat bagi Dinas Kesehatan Surabaya dan BPOM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran keamanan pangan dengan melihat ada tidaknya bahan tambahan makanan pada produk minuman *Thai Tea* yang dijual pada layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi online di wilayah Surabaya dan Sidoarjo.

g. Manfaat bagi Pihak Go-jek dan Grab

Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan kepada Pihak Go-Jek dan Grab terkait pengalaman dalam keamanan pangan, khususnya minuman *Thai Tea* yang dirasakan para konsumen yang dikemudian hari baik Pihak Go-Jek maupun Grab dapat meningkatkan kualitas produknya terlebih dalam hal keamanan pangan yang di jual atau disediakan pada fitur layanan *Gofood* dan *Grabfood*.

h. Manfaat bagi Peneliti lainnya

Sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian yang selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan keamanan pangan dan bahan tambahan makanan lainnya pada minuman *Thai Tea*.