

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan bidang industri yang semakin pesat akan membawa dampak yang cukup kompleks bagi lingkungan perusahaan sendiri maupun lingkungan sekitarnya, di antaranya adalah masalah polusi. Bila tidak diawasi dengan ketat mengenai limbah industri tersebut, maka timbul polusi baik udara maupun air yang cukup besar. Seperti yang banyak terjadi di Indonesia akhir-akhir ini dan merugikan masyarakat.

Mengenai masalah air, kebutuhan akan air bersih dan sehat khususnya di perkotaan saat ini begitu mendesak. Untuk menyediakan air yang bersih dan aman dikonsumsi, pemerintah juga kewalahan. Air bersih yang dialirkan lewat Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) ternyata tak banyak membantu. Untuk mendapatkan air yang benar-benar bersih, masyarakat rela mengeluarkan biaya tambahan. Tak heran, belakangan ini banyak perusahaan berskala besar maupun kecil tertarik untuk menanamkan investasinya pada bisnis produk air bersih siap minum.

Puluhan bahkan ratusan merek air minum kemasan dapat dijumpai di pasaran Indonesia. Terdapat sekitar lima ratusan merek air minum kemasan yang beredar di pasaran. Itu pun masih merek yang terdaftar sebagai anggota Asosiasi Pengusaha Air Minum Indonesia (ASPADIN), organisasi yang mewadahi produsen air minum dalam

kemasan. Sisanya, yang belum terdaftar mungkin berjumlah ribuan merek dan tak jelas latar belakangnya (Akbar, 2000).

Masyarakat umum sebagai konsumen, tentunya mempertanyakan apakah betul air minum mineral dalam kemasan yang mereka konsumsi adalah air yang benar-benar steril dan higienis. Banyak sekali syarat- syarat faktor yang harus dipenuhi oleh pengusaha air minum jika produknya ingin dikategorikan sebagai air yang steril dan higienis yang aman untuk dikonsumsi. Mulai dari cara pengolahannya, kondisi pabrik sampai pada kemasan yang harus selalu diperhatikan dari waktu ke waktu.

Pada sebuah artikel, Muchtisar (1999) menuliskan bahwa pada harian Kompas, 15 Agustus 1994 seorang pembaca mengeluh tentang air botolan yang dibelinya ternyata tercemar lumut dan tidak layak minum. Mungkin air dengan kualitas seburuk itu telah terminum oleh beribu-ribu konsumen air minum mineral dari berbagai merek dagang yang beredar di negeri kita, meski merek itu sangat terkenal dan dilengkapi dengan tanda standart kualitas dan slogan-slogan yang seolah-olah menjamin kualitasnya.

Menurut Muchtisar (1999) diperkirakan bisnis air minum mineral dalam kemasan di negeri kita akan tumbuh 18,9 persen per tahun sampai dengan tahun 2000. Orang berlomba-lomba mengisi peluang bisnis ini. Sekarang persaingan makin ketat dengan cara yang makin tidak sehat. Salah satunya yang banyak terjadi adalah dengan cara pemalsuan. Sebagian besar air botolan yang beredar di negeri ini adalah palsu. Mereka menuliskan di labelnya sebutan spring water, air pegunungan, air