



# **SURVEI LINGKUNGAN TEMPAT PENJUALAN DAN PEMETAAN JENIS PRODUK TEMBAKAU BARU BERBASIS NIKOTIN DI INDONESIA**

# LATAR BELAKANG

Selama beberapa tahun belakangan ini area bisnis tembakau dan nikotin mengalami perubahan yang sangat signifikan, terutama dengan munculnya berbagai macam produk baru [1]. Pada tahun 2019 penjualan produk tembakau baru diperkirakan sudah mencapai 15 miliar USD di dunia, dan kemungkinan besar akan terus meningkat [2]. Sejauh ini paling tidak sudah ada 3 jenis kategori produk tembakau baru berbasis nikotin; Sistem Elektronik Perantara Nikotin (ENDS), Produk Tembakau yang Dipanaskan (HTP) dan Produk Tembakau Baru lainnya seperti kantong nikotin [1].

Pada tahun 2020 produk tembakau yang dipanaskan dilaporkan sudah tersedia di 50 negara di dunia [3], untuk produk ENDS paling tidak ada 16.000 jenis rasa tersedia [4], sementara itu belum ada laporan pasti mengenai jenis produk baru lainnya. Variasi produk baru bukan hanya dari sisi jenis dan rasa, tapi juga bentuk kemasan dan ukurannya, termasuk berbagai jenis suku cadang yang ditawarkan [1], kondisi tersebut menjadi tantangan untuk pembuat kebijakan, termasuk di Indonesia.

Indonesia saat ini belum mempunyai regulasi yang mengatur produk tembakau baru berbasis nikotin, satu-satunya regulasi yang saat ini ada hanya pengenaan cukai. Namun sejak disahkannya Undang-undang No. 7/2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yang memasukkan rokok elektrik dan hasil pengolahan tembakau lainnya dalam kategori hasil tembakau, ada potensi penerapan aturan peringatan kesehatan bergambar (PHW) pada kemasan produk tembakau baru. Sebelumnya dilaporkan bahwa penerapan PHW di bungkus rokok dinilai cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran pada masyarakat terkait bahaya produk tembakau, terutama pada pengguna pemula yang umumnya anak muda [5].

Studi pendahuluan ini dilakukan untuk mengetahui jenis dan bentuk kemasan pada produk tembakau baru berbasis nikotin yang beredar di pasaran dan lingkungan tempat penjualannya seperti *display* produk dan jenis promosi yang tersedia di tempat penjualan. Hasil studi ini diharapkan mampu memberikan informasi di lapangan yang nantinya dapat dijadikan landasan dalam menetapkan aturan.

# TUJUAN

1. Mengetahui lingkungan tempat penjualan produk tembakau baru berbasis nikotin;
2. Mengetahui jenis dan bentuk kemasan pada produk tembakau baru berbasis nikotin yang beredar di pasaran.



## RUANG LINGKUP

Produk Tembakau Baru Berbasis Nikotin dalam studi ini mencakup rokok elektrik yang terdiri dari produk Electronic Nicotine Delivery System (ENDS) atau Sistem Elektronik Penghantar Nikotin dan Heated Tobacco Products (HTP) atau Produk Tembakau yang Dipanaskan, dan hasil pengolahan tembakau lainnya sesuai dengan penjelasan pada Pasal 14 angka 1 Pasal 4 ayat 1 huruf c di UU No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Khusus untuk hasil pengolahan tembakau lainnya, pemetaan dilakukan hanya pada produk kantong nikotin.

Studi ini tidak dilakukan pada alat (*device*), suku cadang (*spare part*) dan aksesoris dari produk rokok elektrik. Pemetaan produk dilakukan hanya pada cairan (*liquid*), pod/cartridge, kantong nikotin (*nicotine pouch/bag*), dan batang tembakau yang dipanaskan (*HTP sticks/capsule*) pada produk tembakau baru berbasis nikotin.

Contoh bentuk masing-masing produk dan penjelasan dari rokok elektrik dan hasil pengolahan tembakau lainnya sesuai dengan UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (Lihat lampiran).



## METODA

### LOKASI

Pengambilan data dilakukan dari tanggal 7–20 Maret 2022 di Provinsi atau Ibu Kota Provinsi yang mempunyai pengguna rokok elektrik terbanyak menurut Riskesdas 2018, yaitu:

1. Daerah Istimewa Yogyakarta (7,4%)
2. Kalimantan Timur (Kota Samarinda) (6%)
3. DKI Jakarta (5,9%)

Khusus untuk Provinsi Kalimantan Timur, karena keterbatasan sumber saya studi hanya dilakukan di Ibu Kota Provinsi.

### UNIT OBSERVASI

Pemetaan dilakukan di dua saluran penjualan produk, online dan offline. Untuk online pencarian difokuskan pada satu *e-commerce platform*, yaitu Tokopedia. Untuk saluran penjualan *offline* dibagi dua menjadi Toko Vape dan Toko Ritel Modern.

### METODE PENGAMBILAN DATA

#### Toko Online

Pencarian toko *online* di Tokopedia dilakukan menggunakan *keyword*; 1) Vape, 2) Liquid Salt Nic, 3) Pod, 4) Nicotine Pouch, 5) Capsul Mevius, dan 6) HTP IQOS. Dari hasil pencarian menggunakan *keyword* tersebut, selanjutnya dipilih maksimal lima toko teratas dari masing-masing *keyword* sesuai dengan rekomendasi Tokopedia. Pencarian lebih lanjut dilakukan pada maksimal lima produk terlaris yang masuk dalam kriteria studi di toko tersebut. Selanjutnya produk tersebut disortir, produk yang sama baik jenis, merek, maupun ukurannya ditandai.

Penelusuran dan pencarian toko dan produk dilakukan oleh minimal dua orang di bawah supervisi peneliti utama. Semua proses pencarian produk didokumentasikan untuk proses validasi oleh peneliti utama. Informasi yang dikumpulkan berupa; nama toko, *link* toko, nama *item*, *link item*, harga produk (normal dan *sale*, jika ada), rasa yang tersedia, dan ukuran yang tersedia. Hasil pencarian di toko *online* menjadi pertimbangan dalam mengumpulkan jenis dan bentuk produk atau kemasan di Toko Vape dan Ritel modern pada pencarian secara *offline*.

### Toko Vape dan Ritel

Pengambilan data di Toko Vape dan Ritel dilakukan oleh *surveyor* yang sudah dilatih dan dilakukan secara berpasangan. Semua *surveyor* dibekali surat jalan dari Kementerian Kesehatan untuk memastikan proses survei berjalan dengan aman dan lancar.

Pemilihan Toko Vape dilakukan dengan cara melihat *rating* di Google dengan menggunakan kata kunci pencarian 'Toko Vape'. Semua toko yang memiliki *rating* di atas 4.5 dengan minimal 100 *review* di 3 kota lokasi studi dimasukkan sebagai sampel toko yang diobservasi. Semua *surveyor* dibekali lembar observasi dan petunjuk survei.

Untuk toko ritel, observasi dilakukan di dua toko ritel modern terbanyak di Indonesia, Indomaret dan Alfamart. Pemilihan titik toko ritel modern yang diobservasi dilakukan dengan cara memilih toko Indomaret dan Alfamart terdekat (kurang dari 1000 meter) dari Toko Vape yang menjual produk tembakau baru berbasis nikotin.

Untuk menghindari adanya duplikasi dalam pembelian produk untuk jenis dan/atau merek yang sama, semua hasil isian diperiksa terlebih dahulu dan kunjungan ke toko dilakukan dua kali oleh *surveyor*. Kunjungan pertama difokuskan untuk mendapatkan informasi dan mengisi jawaban di kuesioner, pada kunjungan kedua *surveyor* membeli produk yang sudah dipilih di toko yang dituju.

## V

# HASIL

## 1. TOKO ONLINE

Total 67 produk dari 17 toko masuk dalam kriteria pencarian dengan menggunakan 6 kata kunci. Produk di kategori Vape dan *Liquid Salt Nic* adalah yang paling banyak ditemukan di Tokopedia. Semua produk *liquid* yang dijual adalah produk yang mempunyai rasa, dengan variasi harga yang cukup lebar mulai dari Rp 25.000 – Rp 350.000.

Dibandingkan dengan produk nikotin cair dan pod, produk kantong nikotin, kapsul dan produk tembakau yang dipanaskan tidak banyak tersedia di toko *online*, khususnya kapsul dan produk tembakau yang dipanaskan. Hanya toko-toko tertentu yang menjual produk tersebut.

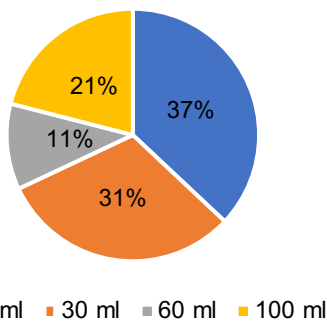
Saat melakukan pencarian di Tokopedia *mobile*, tidak banyak ditemukan produk-produk rokok elektronik, ketika melakukan pencarian melalui Tokopedia berbasis *website* dibutuhkan verifikasi umur yang sangat mudah dimanipulasi, sehingga memungkinkan anak-anak di bawah umur 18 tahun mengakses pencarian produk nikotin. Selain itu, beberapa produk tersebut dalam Tokopedia tidak masuk dalam kategori produk nikotin atau vape, melainkan masuk dalam kategori seperti 'kaos laki-laki' dan 'makanan ringan'.

**Tabel 1. Hasil Temuan Toko Online**

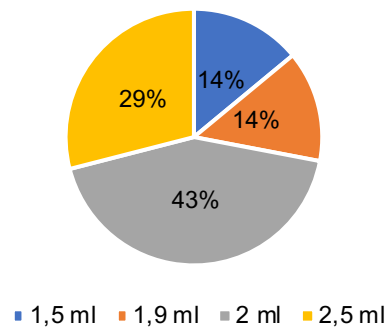
Kata Kunci	Jumlah Produk (Toko)	Harga (Rp)
Vape	22 (5 toko)	51.000-163.000
Liquid Salt Nic	22 (5 toko)	25.000-210.000
Pod	15 (3 toko)	64.900-350.000
Nicotine Pouch	1 (1 toko)	30.000
Capsul Mevius	1 (1 toko)	265.000
HTP IQOS	6 (2 toko)	34.000-352.110

Ukuran *liquid* yang tersedia di toko online antara lain 15 ml, 30 ml, 60 ml, dan 100 ml. Untuk kapasitas pod yang tersedia antara lain 1,5 ml, 1,9 ml, 2 ml, dan 2,5 ml.

**Grafik 1. Ukuran Liquid di Toko Online**



**Grafik 2. Kapasitas Pod yang tersedia di Toko Online**



## 2. TOKO VAPE

Total terdapat 29 toko yang memenuhi kriteria untuk dilakukan observasi, namun terdapat dua toko yang sudah tidak beroperasi lagi, sehingga total toko yang diobservasi sebanyak 27 toko. Berikut adalah rinciannya:

1. Daerah Istimewa Yogyakarta (12 toko)
2. Kota Samarinda (5 toko)
3. DKI Jakarta (10 toko)

Semua toko dilaporkan menjual cairan rokok elektrik baik yang berbentuk *open system* maupun *close system*. Ukuran cairan yang dijual mulai dari 15, 30, 60 dan 100 ml, terdapat satu toko yang menjual cairan dengan ukuran 50ml (Gambar 1). Untuk produk *close system*, ukuran kemasan yang tersedia mulai dari 1-3 *pod* (Gambar 2).

**Gambar 1. Kemasan liquid berbagai ukuran**



**Gambar 2. Kemasan pod berbagai ukuran**



Sebanyak enam toko dilaporkan tidak eksklusif menjual vape. Selain produk vape, produk lain yang ditawarkan antara lain adalah es krim, aksesoris tali, baju dan tas (Gambar 3). Untuk produk layanan, ada dua toko yang menyediakan layanan *coffee shop* selain menjual produk vape (Gambar 4).

**Gambar 3. Toko vape yang menjual es krim**



**Gambar 4. Toko vape yang menyediakan layanan coffee shop**



Tidak ada toko Vape yang menjual produk tanpa rasa, semua toko hanya menjual cairan yang mempunyai rasa. Semua toko juga menjual produk *liquid (open system)* dengan *leveling* kandungan nikotin mulai dari 3mg, 6mg, 9mg, sampai maksimal 50 mg untuk produk yang sama. Sebanyak 25 toko dilaporkan menjual produk yang menggunakan gambar tokoh kartun atau *public figure* tertentu (Gambar 5).

**Gambar 5. Contoh produk vape yang menggunakan tokoh kartun dan public figure**



**Gambar 6. Contoh produk vape yang dijual dalam berbagai rasa dan level nikotin**



Mayoritas toko (26) membolehkan pelanggannya untuk menggunakan produk di dalam toko. Sebanyak lima toko melaporkan tidak ada pertanyaan umur atau permintaan KTP ketika ingin membeli produk dan 10 toko menyediakan materi promosi produk seperti pamflet, katalog, majalah dsb (Gambar 7). Harga *liquid* paling murah dilaporkan sebesar Rp 25.000 dan untuk harga *pod* paling murah sebesar Rp 40.000. Harga termurah ini sama dengan hasil laporan dari toko online. Sementara itu, sebanyak 15 dari 27 toko vape dilaporkan berlokasi <500 m dari sekolah.

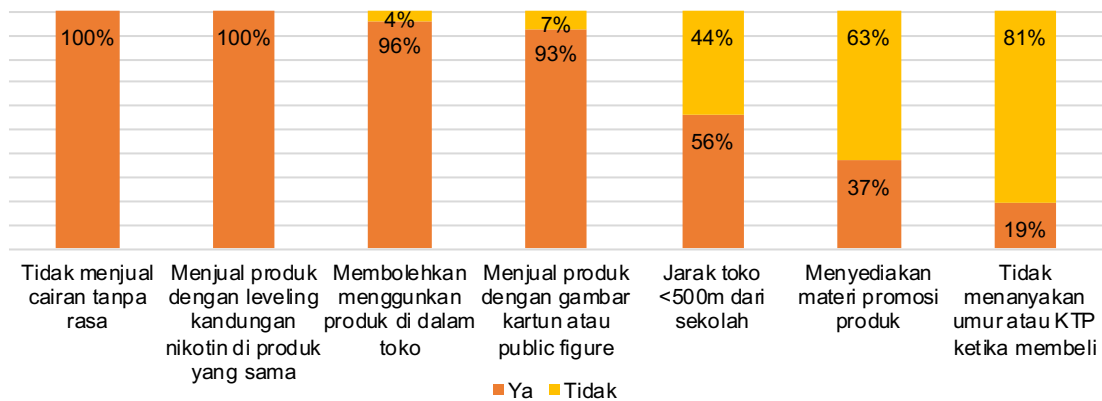
**Gambar 7. Contoh Media Promosi yang Tersedia di toko**



Display produk di dalam toko di buat menarik dan terlihat seperti mini billboard (powerwall). Terdapat satu toko yang menjual produk dengan cara self-service atau mengambil sendiri produknya dan langsung membayar di kasir.



**Gambar 8. Display Produk di Toko Vape**

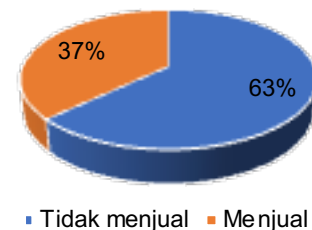


### 3. TOKO RITEL MODERN

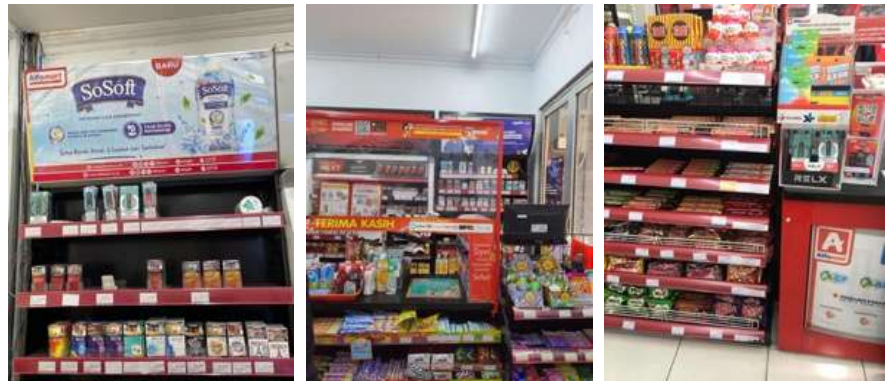
Total toko ritel yang di observasi sebanyak 35 toko, dengan rincian 19 toko di Jakarta, 12 toko di Jogja, dan 4 toko di Samarinda. Sebanyak 13 toko ritel dilaporkan menjual produk rokok elektrik berupa *cartridge* atau *pod*, 9 toko selain menjual *pod* juga menjual *liquid* dan kantong nikotin. *Pod* yang tersedia mulai dari 1 – 3 *pod* per kemasan.

Semua kantong nikotin yang dijual ukurannya 20 kantong per kemasan dengan harga Rp 30.000. Hanya ada satu merek yang tersedia di semua toko ritel modern. Harga yang ditawarkan di ritel sama dengan yang ada di toko *online*.

**Grafik 4. Toko Ritel yang Menjual Produk Tembakau Baru**



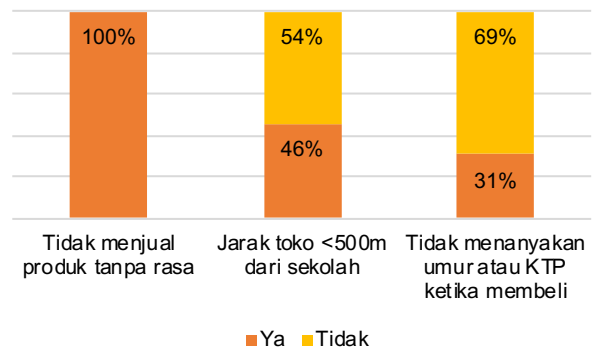
Cara produk tembakau baru di pajang di toko ritel sama dengan produk tembakau konvensional, beberapa produk di tempatkan di depan kasir dan diletakkan berdampingan dengan produk lain seperti permen atau coklat.



**Gambar 9. Tampilan Pajangan (Display) Produk di Toko Ritel**

Semua toko ritel modern (13 toko) yang menjual produk tembakau baru dilaporkan hanya menjual produk yang mempunyai rasa. Sebanyak 4 dari 13 toko tersebut dilaporkan tidak menanyakan umur ketika ada konsumen ingin membeli produk tembakau. Selain itu, sebanyak 6 dari 13 toko tersebut berlokasi <500m dari sekolah.

**Grafik 5. Rekap Hasil Observasi di Toko Ritel**



## VI PEMBAHASAN

### KETERSEDIAAN DAN AKSES KE PRODUK

Berdasarkan temuan di lapangan, produk tembakau yang dipanaskan (termasuk bentuk kapsul) lebih sulit untuk ditemukan dibanding dengan produk rokok elektronik dan kantong nikotin. Namun produk tembakau yang dipanaskan tersedia dan dapat dengan mudah di beli di toko online. Untuk akses, produk rokok elektronik dan kantong nikotin sangat mudah untuk diakses, karena selain di jual di toko vape, produk tersebut saat ini sudah tersedia di toko ritel modern, dan beberapa dapat dibeli tanpa ditanya umur dan KTP.

Hampir setengah (46%) toko ritel yang kami kunjungi jaraknya kurang dari 500 m dari sekolah, untuk toko vape angkanya lebih tinggi, yaitu 56%. Meskipun ada sekitar 69% toko ritel melakukan verifikasi sebelum ada yang membeli produk tembakau, akan tetapi angka ini masih jauh dari harapan karena masih banyak yang tidak melakukan verifikasi umur, yang membuat anak-anak rentan menjadi korban. Selain itu, cara produk tersebut dipajang di toko ritel juga dapat dengan mudah dilihat oleh anak-anak, beberapa toko bahkan memajang produk rokok elektronik di depan kasir atau di samping produk coklat atau permen, produk yang biasa diminati oleh anak-anak.



## HARGA

Sangat sulit untuk menyimpulkan apakah produk rokok elektronik yang tersedia saat ini termasuk kategori mahal atau murah. Selain karena masih terbatasnya studi tentang keterjangkauan dari produk rokok elektronik di Indonesia, hal tersebut karena variasi dan ukuran produk yang terlampau sangat banyak, sehingga sangat mempengaruhi harga. Harga termurah untuk cairan nikotin, yaitu Rp 25.000, sementara untuk jenis pod paling murah seharga Rp 40.000.

Jika dibandingkan dengan rokok konvensional, harga ini bisa dibilang cukup murah karena ada beberapa cairan yang bisa digunakan sehari-hari, umumnya sampai 14 hari paling cepat. Meskipun cukup sulit untuk membandingkan ukuran ml dengan satuan batang rokok konvensional, karena kandungan nikotin yang sangat bervariasi. Untuk kantong nikotin, semua toko menjual merek dan harga yang sama yaitu Rp 30.000 untuk kemasan isi 20 kantong.

## VARIASI RASA DAN BENTUK

Tidak ada satupun toko yang menjual produk tanpa rasa (*0 Nicotine*), bahkan beberapa toko menyediakan cairan dengan level rasa pada produk yang sama. Rasa menjadi bagian penting dalam promosi produk rokok elektronik. Berbagai macam rasa dan warna tersebut menjadikan produk lebih menarik, termasuk bagi anak-anak. Saat ini, beberapa kota di Amerika Serikat seperti New Jersey dan Massachusetts sudah melarang penggunaan rasa pada produk rokok elektronik, langkah tersebut diambil diantaranya untuk mencegah anak-anak tertarik untuk mencoba rokok elektronik.

Untuk ukuran, terdapat berbagai ukuran dijual di pasaran mulai dari 15ml sampai dengan 100ml. Berbagai bentuk ukuran tersebut bukan hanya dari segi *volume*, tapi juga bentuk kemasannya. Beberapa di antaranya berbentuk seperti kemasan camilan makanan atau bentuk kemasan *popcorn*. Isi konten dalam kemasan juga sangat bervariasi, bahkan sebanyak 93% toko vape dilaporkan menjual produk yang menggunakan gambar tokoh kartun atau *public figure* tertentu. Hal tersebut membuat tampilan produk menjadi lebih menarik bagi anak-anak, bukan hanya warnanya yang menarik, namun juga bentuk kemasannya.

Mulai tahun 2022 Kementerian Keuangan mengeluarkan aturan berupa Peraturan Menteri Keuangan No 193/PMK.010/2021 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau Berupa Rokok Elektrik dan Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya, yaitu dibatasi hanya dalam ukuran 15 ml, 30 ml, 60 ml. Akan tetapi, ketentuan tersebut hanya mengatur ukuran cairan yang diperbolehkan untuk diperjualbelikan, bukan bentuk kemasan. Sampai saat ini, belum ada yang mengatur standar kemasan untuk produk tembakau baru.

## LINGKUNGAN TEMPAT PENJUALAN

Untuk toko ritel modern, umumnya penataan produk tembakau baru sama dengan produk tembakau konvensional, yaitu diletakkan di belakang kasir atau di depan kasir (contoh tampilan lihat lampiran). Jika dibanding dengan toko ritel modern, tampilan yang ada di toko vape jauh lebih menarik dan lebih bervariasi. Bahkan terdapat salah satu toko vape yang menjual produknya seperti di minimarket, yaitu pelanggan bisa mengambil dan memilih langsung produk yang ingin dibeli di rak tempat produk di pajang.

Sebanyak enam toko dilaporkan tidak eksklusif menjual produk vape. Produk lain yang ditawarkan mulai dari es krim sampai dengan tas. Selain itu, beberapa toko vape yang dikunjungi berdampingan dengan kedai kopi, bahkan ada yang memang menyediakan layanan kedai kopi. Hal tersebut membuat penggunaan vape dekat dengan gaya hidup nongkrong, apalagi sebagian besar toko vape (96%) membolehkan pelanggannya menggunakan produk elektronik di dalam toko. Situasi yang sangat mengkhawatirkan karena selain punya potensi melanggar aturan KTR, perilaku tersebut juga dapat menormalisasi perilaku penggunaan produk tembakau di tempat umum. Adanya materi promosi di toko juga membuat toko ritel menjadi pusat promosi produk, selain tentunya tempat penjualan.

## VII KESIMPULAN

Meskipun hanya dilakukan di tiga kota, namun studi ini cukup untuk memberikan gambaran singkat mengenai jenis dan ukuran produk tembakau baru yang tersedia di pasaran, baik *online* maupun *offline*.

Tidak adanya aturan membuat bentuk dan ukuran kemasan yang tersedia di pasaran yang sangat bervariasi. Selain ditawarkan dengan berbagai pilihan rasa, bentuk kemasannya juga kerap dibuat menarik dengan menampilkan gambar kartun dan figur publik yang disukai oleh anak muda.

Cara produk tembakau baru di pajang di tempat penjualan mirip dengan produk rokok konvensional, produk di susun seperti mini *billboard* (*powerwall*) dan di buat semenarik mungkin.

## VIII SARAN

Untuk melindungi anak-anak dan kelompok rentan, pemerintah perlu menerapkan aturan peletakan peringatan kesehatan yang memadai seperti peringatan kesehatan bergambar (PHW). Peletakan PHW dilakukan langsung di bagian terluas pada botol/wadah dan pada kemasan/bungkus luar dengan luas dan posisi mengikuti aturan pada produk tembakau konvensional.

Selain itu, mengingat bentuk produk dari masing-masing jenis yang sangat bervariasi, maka untuk memudahkan pengawasan perlu di buat aturan mengenai standar bentuk kemasan dan standar kadar nikotin.

Aturan KTR di setiap kota juga perlu diterapkan pada produk tersebut, terutama aturan larangan *display* di tempat penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Ling, M. Kim, C. Egbe, R. Patanavanich, M. Pinho dan H. Y, "Moving targets: how the rapidly changing tobacco and nicotine landscape creates advertising and promotion policy challenges," *Tobacco Control*, vol. 31, pp. 222-228, 2022.
- [2] World Health Organization, "WHO report on the global tobacco epidemic 2021: addressing new and emerging products," 27 July 2021. [Online]. Available: <https://www.who.int/publications/item/9789240032095>. [Diakses 20 March 2022].
- [3] World Health Organization, "WHO study group on tobacco product regulation: report on the scientific basis of tobacco product regulation: eight report of WHO study group, 2021," 2021. [Online]. Available: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/341113>. [Diakses 24 March 2022].
- [4] G. Hsu, J. Y. Sun dan S.-H. Zhu, "Evolution of e-cigarette brands from 2013-2014 to 2016-2017: analysis of brand websites," *J Med Internet Res*, vol. 20, p. e8550, 2018.
- [5] D. Anshari dan J. Thrasher, "Indonesian adolescents' reactions to different text and image types of pictorial health warnings for cigarette packages," dalam *17th World Conference on Tobacco or Health*, Cape Town, 2018.

# LAMPIRAN

Contoh Tampilan Toko Vape di Jakarta



Contoh Tampilan Toko Vape di Samarinda



Contoh Tampilan Toko Vape di Jogjakarta





**Contoh Tampilan Display Produk di Toko Vape di Jakarta**



**Contoh Tampilan Display Produk di Toko Vape di Samarinda**



**Contoh Tampilan  
Display Produk  
di Toko Vape di  
Jogjakarta**



**Contoh Tampilan  
Display Produk di  
Toko Ritel Moder**



**Liquid (Open system)**



**Pod/Catridge (Closed system)**



**Nicotine pouch/Bag**



**HTP sticks & capsule**



**Penjelasan Pasal 14 angka 1 Pasal 4 ayat 1 huruf c di UU No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan**

Yang dimaksud dengan “rokok elektrik” adalah hasil tembakau berbentuk cair, padat, atau bentuk lainnya, yang berasal dari pengolahan daun tembakau yang dibuat dengan cara ekstraksi atau cara lain sesuai dengan perkembangan teknologi dan selera konsumen, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu dalam pembuatannya, yang disediakan untuk konsumen akhir dalam kemasan penjualan eceran yang dikonsumsi dengan cara dipanaskan menggunakan alat pemanas elektrik kemudian dihisap.

Yang dimaksud dengan “hasil pengolahan tembakau lainnya” adalah hasil tembakau yang dibuat dari daun tembakau selain yang disebut dalam huruf ini yang dibuat secara lain sesuai dengan perkembangan teknologi dan selera konsumen, tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu yang digunakan dalam pembuatannya.