

ISSN 2828-285x



Direktorat
Kajian Strategis
dan Reputasi Akademik



POLICY BRIEF

**PERTANIAN, KELAUTAN, DAN
BIOSAINS TROPIKA**
Vol. 7 No. 2 Tahun 2025

Penguatan Regulasi dan Edukasi
Konsumen Terkait Minuman Berpemanis
Kekinian

Penulis

Megawati Simanjuntak¹, Elsyahra Rieskiza Martha¹

¹ Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University

Penguatan Regulasi dan Edukasi Konsumen Terkait Minuman Berpemanis Kekinian

Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut :

- 1) Minuman berpemanis menunjukkan tingkat konsumsi yang cukup tinggi di Indonesia.
- 2) Minuman berpemanis kekinian memiliki kandungan gula lebih dari batas maksimal gula harian yang direkomendasikan oleh Peraturan Menteri Kesehatan No. 30 Tahun 2013 maupun WHO.
- 3) Kegemaran konsumen dalam mengonsumsi minuman berpemanis kekinian dapat mengakibatkan dampak buruk pada kesehatan mereka.
- 4) Pemerintah perlu melakukan kampanye edukasi publik dan melakukan revisi regulasi terkait pelabelan komposisi, batas kandungan gula, dan pengawasan peredaran minuman berpemanis kekinian.

Ringkasan

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) lebih berfokus dalam mengawasi produk pangan olahan yang memiliki izin edar dan masa simpan lebih dari tujuh hari sehingga dinas kesehatan setempat memiliki peran dalam mengawasi produk yang tidak sesuai dalam kriteria tersebut. Penurunan perilaku pembelian minuman berpemanis dan peningkatan pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* dapat dilakukan oleh BPOM atau lembaga kesehatan yang mengawasi minuman berpemanis kekinian dengan melakukan kampanye edukasi publik kepada konsumen. BPOM juga diharapkan dapat melakukan revisi terhadap regulasi pengawasan peredaran minuman berpemanis. Selain itu, BPOM juga perlu menetapkan regulasi tentang batas kandungan gula dalam minuman berpemanis kekinian. Apakah memiliki kesamaan dengan batasan kandungan gula dalam Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 yang membahas tentang pengaturan batas maksimum gula dalam minuman kemasan, yaitu 6 gram gula per 100 ml atau tidak. Selain itu, BPOM dapat menetapkan regulasi tentang melakukan pelebelan wajib komposisi atau tabel gizi. Dengan langkah-langkah perubahan tersebut akan memberikan dampak positif kepada konsumen dari segi perlindungan dan kesehatan dengan meningkatnya pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* dalam pembelian minuman berpemanis kekinian.

Kata kunci: minuman berpemanis, pengawasan produk, perilaku pembelian, perlindungan konsumen

Pendahuluan

Minuman berpemanis kekinian merupakan istilah yang digunakan untuk minuman berpemanis dalam kemasan yang inovatif dan populer, baik dari segi rasa, kemasan, maupun ciri khas lainnya (Listiorini 2019). Minuman tersebut menjadi salah satu jenis minuman yang banyak digemari oleh generasi Z (Nisa dan Kusuma 2023). Beberapa minuman kekinian yang digemari oleh generasi Z adalah Es Teh Indonesia, Starbucks, Janji Djawa, Teh Poci, Menantea, Xi Boba, Chatime, Kopi Kenangan, Haus!, Hop Hop, dan lain-lain (Styaningrum *et al.* 2023). Berdasarkan Hasil Riset Kesehatan Dasar pada tahun 2018, sebanyak 56,4 persen remaja di Indonesia biasa mengonsumsi minuman berpemanis ≥ 1 kali per hari. Selain itu, sebanyak 62,5 persen remaja juga paling sering mengonsumsi teh manis kekinian sekitar 1-3 kali/hari (Anwar dan Khalda 2023).

Berdasarkan pedoman WHO (2015), batas rekomendasi konsumsi gula secara keseluruhan sebanyak 10 persen dari total asupan kalori harian. Pengurangan lebih lanjut juga dianjurkan hingga dibawah 5 persen atau sekitar 25 gram (6 sendok teh) per hari. Pemerintahan Indonesia juga ikut memperhatikan permasalahan tersebut dengan menerbitkan Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) No. 30 Tahun 2013 dengan batas rekomendasi konsumsi gula secara keseluruhan sebanyak 50 gram (4 sendok makan) per hari. Sementara itu, berdasarkan hasil pengujian kandungan gula dalam penelitian sebelumnya, minuman berpemanis kekinian di Indonesia memiliki total kandungan gula antara 23-70 gram (Rosita 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa minuman berpemanis kekinian memiliki kandungan gula yang melebihi batas maksimal, baik yang direkomendasikan oleh Peraturan Menteri Kesehatan No. 30 Tahun 2013 maupun WHO.

Kegemaran generasi Z dalam mengonsumsi minuman berpemanis kekinian hingga berlebihan dapat mengakibatkan dampak buruk pada kesehatan mereka. Salah satu penyakit yang ditimbulkan akibat mengonsumsi minuman

berpemanis adalah penyakit diabetes melitus tipe 2. berdasarkan data International Diabetes Federation (IDF 2025), pada tahun 2024 Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara dengan jumlah penderita diabetes terbanyak setelah China, India, Amerika, dan Pakistan, yaitu sekitar 20,4 juta kasus dan diperkirakan dapat mengalami peningkatan setiap tahunnya hingga 28,6 juta kasus di tahun 2050.

Tingginya konsumsi minuman berpemanis juga dapat berdampak buruk terutama bagi seseorang yang kurang memiliki pengetahuan terkait produk yang akan mereka beli (Mangera dan Adams 2021). Pengetahuan tersebut dapat membuat mereka lebih sadar dengan dampak yang dapat ditimbulkan setelah mengonsumsi suatu produk (Carl *et al.* 2021). Semakin tinggi *awareness* seseorang, semakin banyak pula pengetahuan yang dapat membentuk persepsi resiko dalam diri seseorang saat melakukan pembelian (Rahmi *et al.* 2022). Saat ini, semakin banyak konsumen yang mengonsumsi minuman berpemanis di kehidupan sehari-hari karena sudah menjadi tren minuman kekinian di kalangan generasi muda sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis kekinian pada generasi Z.

Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis Kekinian

Mayoritas responden melakukan pembelian minuman berpemanis kekinian sebanyak ≤ 5 gelas dalam satu bulan terakhir. Produk minuman berpemanis kekinian yang paling sering dikonsumsi oleh responden pada penelitian ini terdiri dari lima, yaitu Chatime, Kopi Kenangan, Es Teh Indonesia, Teh Poci, dan Fore Coffee. Berdasarkan hasil *In-depth interview*, beberapa responden menyatakan bahwa mereka membeli minuman berpemanis saat mengerjakan tugas baik di café maupun di rumah dan setiap selesai kelas untuk menenangkan pikiran. Mayoritas responden juga meminum air kurang dari 8 gelas per hari.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa minuman berpemanis kekinian tidak menggantikan fungsi air minum dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun begitu, terdapat sebagian kecil responden yang bahwasannya minuman berpemanis menggantikan fungsi air minum di kehidupan sehari-hari.

Lebih dari setengah responden merasa bahwa minuman berpemanis kekinian memiliki takaran gula lebih banyak dibandingkan dengan minuman berpemanis yang biasa terjual di toko kelontong dan minimarket. Responden menegaskan bahwa terdapat beberapa produk yang memiliki takaran gula normal yang sangat manis sehingga membuat responden merasa tidak nyaman di perut dan ingin muntah. Selain itu, minuman berpemanis kekinian juga sering kali memiliki tambahan topping manis, seperti boba dan *whipped cream* sehingga minuman terasa lebih manis. Sementara itu, terdapat juga responden yang tidak setuju akan hal tersebut. Beberapa responden menegaskan bahwa rasanya tetap sama dan hanya dibedakan oleh adanya tabel gizi yang mencantumkan takaran gula pada minuman berpemanis biasa. Selain itu, sebagian besar responden juga menyatakan bahwa dampak minuman berpemanis secara umum adalah dapat meningkatkan gula darah yang dapat memperbesar risiko terkena penyakit diabetes, kerusakan pada ginjal dan gigi.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang masih belum mengetahui secara pasti kandungan gula dalam minuman berpemanis kekinian. Selain itu, responden juga masih mengira-ngira apakah kandungan gula dalam minuman tersebut melebihi batas kandungan gula yang disarankan dalam minuman atau tidak.

Faktor Penentu Perilaku Konsumen Terkait Minuman Berpemanis Kekinian

Pengetahuan mengacu pada penjabaran informasi produk yang diperoleh dari pemikiran atau pengalaman responden saat melakukan

pembelian minuman berpemanis. Sedangkan, *awareness* mengacu pada pemahaman yang dipengaruhi oleh kesadaran responden agar waspada untuk menjaga kesehatan mereka dalam melakukan pembelian minuman. Lalu, *perceived risk* mengacu pada persepsi konsumen terhadap ketidakpastian dan resiko dari kegiatan pembelian minuman berpemanis kekinian. Perilaku pembelian mengacu pada proses setelah menerima informasi mengenai risiko minuman berpemanis, masih ada atau tidak adanya niat pembelian, dan menentukan keputusan pembelian minuman berpemanis kekinian.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived risk* dan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis. Sementara itu, pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap *awareness*. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang tinggi terkait minuman berpemanis kekinian sehingga dapat meningkatkan *perceived risk* mereka saat melakukan kegiatan pembelian dan konsumsi. Pengetahuan yang tinggi juga dapat mengurangi pembelian dan perilaku konsumsi responden terkait minuman berpemanis kekinian. Namun, pengetahuan tersebut tidak otomatis meningkatkan tingkat *awareness* responden terhadap minuman berpemanis kekinian.

Awareness berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived risk* dan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat *awareness* yang tinggi terkait kandungan dalam minuman berpemanis kekinian sehingga dapat meningkatkan *perceived risk* mereka saat melakukan kegiatan pembelian dan konsumsi. Selain itu, *awareness* yang tinggi juga dapat mengurangi pembelian dan perilaku konsumsi responden terkait minuman berpemanis kekinian. *Perceived risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis. Berdasarkan hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat *perceived risk* yang tinggi sehingga secara otomatis memengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi responden terkait minuman berpemanis kekinian.

Rekomendasi

Rekomendasi jangka pendek yang dapat dilakukan dalam menurunkan perilaku pembelian minuman berpemanis dan meningkatkan pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* adalah dengan melakukan kampanye edukasi publik kepada konsumen. Edukasi dapat dilakukan oleh BPOM atau lembaga kesehatan yang mengawasi minuman berpemanis kekinian melalui media massa, media sosial, atau dengan melakukan seminar untuk memberikan pengetahuan serta himbauan tentang dampak mengonsumsi minuman berpemanis secara berlebihan terhadap kesehatan. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki peran untuk melakukan pengawasan produk makanan dan minuman setelah diedarkan. Walaupun begitu, BPOM lebih berfokus dalam mengawasi produk pangan olahan yang memiliki izin edar dan masa simpan lebih dari tujuh hari sehingga dinas kesehatan setempat memiliki peran dalam mengawasi produk yang tidak sesuai dalam kriteria tersebut.

Oleh karena itu, rekomendasi jangka panjang yang dapat dilakukan adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) diharapkan dapat melakukan revisi terhadap regulasi pengawasan peredaran minuman berpemanis. BPOM dapat membedakan regulasi antara minuman berpemanis yang dijual di toko kelontong atau minimarket yang memiliki masa simpan lebih dari tujuh hari dengan minuman berpemanis kekinian yang memiliki masa simpan kurang dari tujuh hari. BPOM juga perlu menetapkan regulasi tentang batas kandungan gula dalam minuman berpemanis kekinian. Apakah memiliki kesamaan dengan batasan kandungan gula dalam Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 yang membahas tentang pengaturan batas maksimum gula dalam minuman kemasan, yaitu 6 gram gula per 100 ml atau tidak. Selain itu, BPOM dapat menetapkan

regulasi tentang melakukan pelebelan wajib komposisi atau tabel gizi pada menu minuman berpemanis kekinian tanpa tambahan topping apapun serta memberikan informasi tambahan kalori dan gula yang akan didapatkan jika menambahkan topping tertentu.

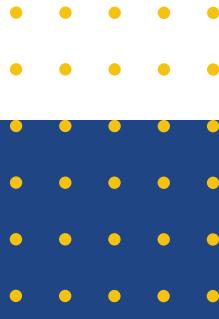
Kesimpulan

Dengan mengkaji pendekatan pengawasan minuman berpemanis kekinian dapat disimpulkan bahwa kebijakan yang diterapkan saat ini masih memiliki kelemahan karena ketidaktegasan regulasi mengenai batas kandungan gula dan ketentuan pelabelan informasi gizi pada produk-produk ini menyebabkan konsumen, terutama generasi muda, tetap terpapar risiko Kesehatan seperti diabetes dan penyakit metabolik akibat minimnya informasi yang memadai. Maka perlu adanya perubahan kebijakan dalam upaya melindungi konsumen dari dampak negatif konsumsi berlebihan produk ini.

Daftar Pustaka

- Anwar K, Khalda NR. 2023. Hubungan konsumsi sugar sweetened beverages dengan rasio lingkar pinggang pinggul pada remaja di jakarta selatan. *J. Ilmu Gizi dan Diet.* 2(3):221–229. doi:10.25182/jigd.2023.2.3.221-229.
- [Balitbangkes] Balai Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. 2019. *Laporan nasional riskesdas 2018.* Jakarta: Lembaga Penerbit Balitbangkes.
- Carl AE, Taillie LS, Grummon AH, Lazard AJ, Higgins ICA, Sheldon JM, Hall MG. 2021. Awareness of and reactions to the health harms of sugary drinks: an online study of u.s. parents. *Appetite.* 164(6):1–7. doi:10.1016/j.appet.2021.105234.
- [IDF] International Diabetes Federation. 2025. *Idf diabetes atlas.* Ed ke-11th. Belgium: IDF.
- [Kemenkes] Kementerian Kesehatan RI. 2013. *Peraturan menteri kesehatan nomor 30 tahun 2013 tentang pencantuman informasi kandungan gula, garam, dan lemak serta pesan kesehatan untuk pangan olahan dan pangan siap saji.* Jakarta: Kemenkes.

- Listiorini. 2019. *Yuk, Cobain 5 Minuman yang Lagi Hits dan Kekinian di 2020 Ini*. [diakses 2025 Maret 26]. <https://bacaterus.com/minuman-yang-lagi-hits/>
- Nisa AL, Kusuma YB. 2023. Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan es teh indonesia (studi kasus generasi z di kota surabaya). *SEIKO J. Manag. Bus.* 6(1):473–483.
doi:10.37531/sejaman.v6i1.3917.
- Rahmi S, Ilyas GB, Tamsah H, Munir AR. 2022. Perceived risk and its role in the influence of brand awareness on purchase intention: study of shopee users. *J. Siasat Bisnis*. 26(1):97–109.
- doi:10.20885/jsb.vol26.iss1.art7.
- Rosita N. 2023. Analisis kandungan gula pada minuman kekinian thai tea, milk boba, dan ice tea di uin jakarta. *J. Nat. Sci.* 4(2):71–78.
doi:10.34007/jonas.v4i2.392.
- Styaningrum SD, Yuliati E, Nurul AMA. 2023. Gambaran konsumsi minuman kekinian pada remaja putri di yogyakarta. Di dalam: *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*. Vol. 5. Yogyakarta. hlm. 83–88.
- [WHO] World Health Organization. 2015. *WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children*. Geneva: WHO.



Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika merupakan upaya mengantarmukakan sains dan kebijakan (science-policy interface) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif. Media ini dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan IPB University.

Author Profile



Megawati Simanjuntak, adalah akademisi dan dosen di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University. Beliau merupakan ahli dalam bidang kesejahteraan keluarga dan perilaku konsumen. Penelitiannya berfokus pada peningkatan kualitas hidup keluarga, literasi keuangan, serta kontribusinya terhadap kebijakan kesejahteraan konsumen di Indonesia.

(Corresponding Author)

Email: mega_juntak@apps.ipb.ac.id



Elsyahra Rieskiza Martha, merupakan mahasiswa sarjana di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University.

ISSN 2828-285X



Telepon
+62 811-1183-7330



Email
dkasra@apps.ipb.ac.id



Alamat
Gedung LSI Lt. 1
Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga
Bogor - Indonesia 16680