

Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan pada siswa

Arika Intan Salsabila, Salsabila Shofa, Desi Yana Kartika, Fitri Kurnia Rahim, Icca Stella Amalia

Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Bhakti Husada Indonesia

How to cite (APA)

Salsabila, A. I., Shofa, S., Kartika, D. Y., Rahim, F. K., & Amalia, I. S. (2025). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan pada siswa.

Journal of Public Health Innovation, 5(2), 233-241.

<https://doi.org/10.34305/jphi.v5i2.1503>

History

Received: 20 Januari 2025

Accepted: 12 Mei 2025

Published: 5 Juni 2025

Corresponding Author

Salsabila Shofa, Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Bhakti Husada Indonesia;
sbila2669@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Latar Belakang: Sebesar 6% dari populasi masyarakat di Indonesia mengonsumsi minuman berpemanis dalam kemasan lebih dari 1 kali dalam sehari, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan kerap berhubungan dengan gangguan Kesehatan seperti diabetes tipe II dan obesitas. Data menunjukkan angka diabetes tipe II dan obesitas yang terus mengalami peningkatan. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan.

Metode: Analitik deskriptif desain Cross Sectional dengan sampel 129 Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Kuningan yang terdiri dari kelas X dan XI yang diperoleh menggunakan metode stratified random sampling. Instrumen menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Analisis data menggunakan uji chi-square.

Hasil: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan, harga, promosi produsen dan pendapat mengenai bea cukai minuman berpemanis dalam kemasan terhadap perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan ($p>0,05$). Akses memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan ($p=0,000$).

Kesimpulan: Terdapat hubungan yang signifikan antara akses terhadap konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan pada siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Kuningan di Kabupaten Kuningan. Akses yang mudah meningkatkan perilaku konsumsi 2.06 kali dibandingkan akses yang sulit.

Kata Kunci : Perilaku konsumsi, akses, pengetahuan, promosi, cukai

ABSTRACT

Background: 6% of the population in Indonesia consumes sugar-sweetened beverages more than once a day, and is expected to increase every year. Consumption of sugar-sweetened beverages is associated with health problems such as type 2 diabetes and obesity. Data shows that the rate of type II diabetes and obesity continues to increase. The study aimed to identify factors associated with the consumption behavior of SSBs.

Methods: Descriptive analytical Cross Sectional design with a sample of 129 students of State Senior High School 3 Kuningan consisting of classes X and XI obtained using the Stratified Random Sampling method. The instrument used a questionnaire distributed to respondents. Data analysis using the Chi-Square test.

Results: There is no significant relationship between knowledge, price, producer promotion and opinion on the excise duty of sugar-sweetened beverages on the consumption behavior of sugar-sweetened beverages ($p>0.05$). Access has a positive relationship with consumption behavior of SSBs ($p=0.000$).

Conclusion: There is a significant relationship between access to the consumption of Packaged Sweetened Beverages among students of Senior High School 3 Kuningan in Kuningan Regency. Easy access increases consumption behavior by 2.06 times compared to difficult access.

Keyword : Consumption behavior, access, knowledge, promotion, excise

Pendahuluan

Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan di 51 negara rata-rata 326 ml per-hari, atau sekitar 1,3 porsi. Tingkat konsumsi tersebut dapat menyebabkan asupan gula yang berlebihan, melampaui rekomendasi harian yang dianjurkan yaitu sebesar 38-75% pada anak-anak dan 62-124% pada remaja. Sementara itu, di Indonesia, sekitar 60% dari penduduk mengonsumsi minimal satu jenis Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK) setiap hari. Indonesia menduduki peringkat ke-3 di wilayah Asia Tenggara sebagai negara dengan tingkat konsumsi MBDK tertinggi yaitu mencapai 20,23 liter setiap tahun. Jumlah masyarakat yang mengonsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK) cukup tinggi dan berpotensi akan terus meningkat jika tidak ada regulasi atau kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah (Ooi et al., 2022; Rahma, 2024).

Mengonsumsi MBDK secara berlebihan dapat meningkatkan asupan kalori harian dan berpotensi menyebabkan obesitas di berbagai segmen masyarakat. Mengonsumsi satu porsi MBDK setiap hari dapat meningkatkan probabilitas terkena diabetes tipe II sebesar 18%. Berdasarkan data dari *International Diabetes Foundation* (IDF) 2021, prevalensi diabetes di Indonesia menempati posisi kelima tertinggi di dunia. Saat ini, terdapat 19,5 juta kasus dan diperkirakan akan terus mengalami peningkatan menjadi 28,5 juta di tahun 2045 (Ferretti & Mariani, 2019).

Konsumsi MBDK berlebihan juga menyebabkan berbagai masalah kesehatan lainnya seperti pemicu kanker kandung kemih. Hal ini disebabkan oleh garam natrium sakarin yang terdapat pada minuman berpemanis buatan yang tidak dapat dimetabolisme dan meninggalkan residu dalam tubuh. Residu tersebut dapat menumpuk dalam jangka panjang dan memicu gangguan pada fungsi organ, terutama kandung kemih (Sinurat et al., 2024).

Sebuah penelitian yang dilakukan di Nigeria menunjukkan konsumsi jus buah dan

minuman ringan sebanyak 500ml per-orang dengan jumlah yang lebih tinggi menunjukkan hubungan signifikan dengan Indeks Massa Tubuh (BMI) berdasarkan usia pada remaja. Remaja dengan tingkat konsumsi MBDK tinggi cenderung berisiko memiliki kelebihan berat badan atau obesitas. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi MBDK yang tinggi sangat berpengaruh terhadap kesehatan remaja (Oladoyinbo et al., 2022).

Konsumsi MBDK yang tinggi apabila dibarengi dengan gaya hidup *sedentary*, yaitu gaya hidup yang kurang menerapkan aktivitas fisik, akan meningkatkan risiko obesitas. Penelitian menunjukkan adanya kaitan erat antara gaya hidup *sedentary* (kurang gerak) dan obesitas, yang mendukung pernyataan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk membatasi konsumsi MBDK dan meningkatkan aktivitas fisik guna mencegah risiko kesehatan tersebut (Sulastrri & Yuliyana, 2024).

Menurut data dari WHO pada tahun 2022, sebanyak 41 juta kematian setiap tahunnya disebabkan oleh Penyakit Tidak Menular atau PTM. Hal ini mencakup hampir tiga perempat (74%) dari seluruh kematian di dunia. Diabetes menyumbang sebagian dari 17 juta kematian akibat PTM, dengan gaya hidup tidak sehat sebagai pemicu utama, termasuk kurangnya asupan nutrisi yang seimbang dan konsumsi berlebihan gula, garam, serta lemak (Syarif, 2023).

Pemerintah Indonesia pada saat ini mulai menerapkan kebijakan cukai untuk Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK). Langkah ini diharapkan dapat mengurangi konsumsi gula di kalangan masyarakat serta mengurangi biaya penanganan penyakit yang disebabkan oleh konsumsi gula berlebihan. Sebelumnya, penerapan kebijakan ini sempat ditunda karena pertimbangan berbagai faktor, termasuk pemulihan ekonomi negara, keadaan kesehatan masyarakat, dan kondisi ekonomi dunia (Rahma, 2024).

Pemerintah memiliki peluang untuk memperluas cakupan barang kena cukai karena masih ada ruang dalam Undang-

Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai. Penerapan cukai di Indonesia harus sesuai dengan sifat dan karakteristik barang kena cukai yang diatur dalam Pasal 2 ayat (1) huruf a-d, yaitu: "(a) barang yang konsumsi perlu dibatasi, (b) barang yang distribusinya perlu diawasi, (c) barang yang konsumsi dapat merusak lingkungan, dan (d) sebagai sarana untuk menciptakan rasa kebersamaan dan keadilan dalam masyarakat" (Ardiansyah, 2017).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai, "cukai adalah pajak yang dikenakan oleh negara terhadap barang-barang tertentu yang memenuhi sifat atau karakteristik yang ditentukan dalam undang-undang tersebut." Setelah melalui proses pembahasan mendalam selama beberapa tahun, Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK) kini resmi menjadi salah satu barang yang dikenakan cukai oleh pemerintah. Hal ini bertujuan untuk mengendalikan serta membatasi peredaran produk-produk berpotensi menimbulkan pengaruh buruk, khususnya pada kesehatan individu dan masyarakat luas.

Berdasarkan data Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat mencatat tingkat prevalensi penyakit diabetes melitus pada tahun 2023 yaitu sebanyak 645.390 jiwa.

Pemerintah diharapkan dapat mengendalikan konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan pada masyarakat sehingga mampu menurunkan angka penyakit diabetes melitus di Jawa Barat. Selain itu, di Kabupaten Kuningan memiliki jumlah kasus penyakit diabetes melitus sebanyak 18.614 jiwa oleh karena itu, perlu ada upaya segera dari pemerintah untuk mengurangi angka konsumsi MBDK di masyarakat sebagai upaya untuk mengurangi angka PTM terutama diabetes dan obesitas (Dinkes Jabar, 2023).

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian analitik deskriptif *cross sectional* dengan Variabel independen meliputi pengetahuan, akses, harga, promosi produsen, dan pendapat kebijakan cukai. Sedangkan, untuk variabel dependen yaitu perilaku konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK). Penelitian dilaksanakan selama 2 minggu di bulan November 2024. Sampel dalam penelitian ini yaitu 129 siswa SMA kelas X dan XI yang mengisi kuesioner yang digunakan sebagai sampel pengukuran konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK). Pengambilan data dilakukan dengan metode *Stratified Random Sampling* menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *link google form*.

Hasil

Table 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	47	36,4
Perempuan	82	63,6
Umur		
15	39	30,2
16	62	48
17	27	21
18	1	0,8
Kelas		
10	39	30,2
11	62	48

Tabel 1 menunjukkan sebagian besar responden adalah perempuan (63,6%),

hampir setengah berusia 16 tahun (48%), dan mayoritas berada di kelas 10 (53,5%).

Table 2. Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan, Akses, Harga, Promosi Produsen, Pendapat Kebijakan Cukai, dan Perilaku Konsumsi MBDK pada Siswa SMA

No.	Variabel	Frekuensi	Persentase
1	Pengetahuan		
	Baik	85	65,8
	Cukup	34	26,4
	Kurang	10	7,8
2	Akses		
	Mudah	66	51,2
	Sulit	63	48,8
3	Harga		
	Terjangkau	79	61,2
	Tidak terjangkau	50	38,8
4	Promosi Produsen		
	Sering	73	56,6
	Jarang	56	43,4
5	Pendapat Kebijakan Cukai		
	Setuju	70	54,3
	Tidak Setuju	59	45,7
6	Perilaku Konsumsi		
	Sering	75	58,1
	Jarang	54	41,9

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 129 responden, sebagian besar peserta memiliki pengetahuan baik (65,8%), mendapatkan akses yang mudah terhadap produk Minuman Berpemanis dalam Kemasan (51,2%), beranggapan bahwa harga produk Minuman Berpemanis dalam Kemasan memiliki harga yang terjangkau (61,2%),

sering melihat promosi produk Minuman Berpemanis dalam Kemasan (56,6%), setuju dengan penerapan kebijakan Cukai Minuman Berpemanis dalam Kemasan, dan memiliki perilaku konsumsi Minuman Berpemanis dalam Kemasan yang sering (57,1%).

Table 3. Hubungan antara Tingkat Pengetahuan, Akses, Harga, Promosi Produsen, dan Pendapat Kebijakan Cukai dengan Perilaku Konsumsi MBDK pada Siswa SMA

No.	Variabel	Perilaku Konsumsi MBDK				Total	OR	P Value
		Sering		Jarang				
		n	%	N	%			
1.	Tingkat Pengetahuan							
	Kurang	5	50	5	50	10	100	
	Cukup	19	55,9	15	44,1	34	100	-
	Baik	51	60	34	40	85	100	0,845
2.	Akses							
	Mudah	44	66,7	22	33,3	66	100	2,065
	Sulit	32	49,2	32	50,8	63	100	
3.	Harga							
	Terjangkau	45	57	34	43	79	100	0,882
	Tidak Terjangkau	30	60	20	40	50	100	
4.	Promosi Produsen							
	Sering	45	61,6	28	38,4	73	100	1,393
	Jarang	30	53,6	26	46,4	46	100	
5.	Pendapat Kebijakan Cukai							
	Tidak Setuju	36	51,4	34	48,6	70	100	0,543
	Setuju	39	66,1	20	33,9	59	100	

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 10 responden yang memiliki tingkat pengetahuan kurang, sebesar 50% memiliki perilaku konsumsi sering dan jarang. Sementara itu, responden dengan tingkat pengetahuan cukup sebanyak 34 orang dan sebagian besar memiliki perilaku konsumsi MBDK sering (55,9%). Hasil analisis menunjukkan bahwa *P-value* yang diperoleh adalah 0,845 ($>0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan perilaku konsumsi MBDK pada Siswa SMA Negeri 3 Kuningan.

Berdasarkan variabel akses terhadap produk MBDK, diketahui bahwa dari 66 responden yang beranggapan bahwa akses terhadap produk MBDK mudah, sebagian besar memiliki konsumsi MBDK sering sebesar (66,7%). Analisis menggunakan *chi-square* menunjukkan bahwa *P-Value* yaitu $< 0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa akses memiliki hubungan yang signifikan dengan konsumsi MBDK atau dengan kata lain H_0 ditolak. Akses terhadap produk MBDK yang mudah menimbulkan resiko peningkatan perilaku konsumsi MBDK sebesar 2,06 kali daripada akses yang sulit.

Berdasarkan variabel harga, diketahui bahwa dari 79 responden yang beranggapan bahwa harga produk MBDK terjangkau, sebagian besar memiliki perilaku konsumsi sering (57%). Analisis menggunakan *chi-square* menunjukkan *P-value* yaitu 0,885 ($>0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara harga produk dengan perilaku konsumsi MBDK. Dari data tabel,

diperoleh nilai OR 0,882 yang dapat diinterpretasikan bahwa responden berpendapat harga MBDK terjangkau memiliki kemungkinan berperilaku konsumsi MBDK sering dibandingkan dengan yang beranggapan bahwa harga produk MBDK tidak terjangkau.

Berdasarkan variabel promosi produsen MBDK, diketahui bahwa dari 73 responden yang beranggapan bahwa sering melihat promosi MBDK sebagian besar memiliki perilaku konsumsi sering yaitu sebanyak (61.6 %). Analisis menggunakan *chi-square* menunjukkan *P-value* yaitu 0,374 ($>0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara promosi produk dengan perilaku konsumsi MBDK. Nilai OR menunjukkan promosi produsen yang sering meningkatkan kemungkinan perilaku konsumsi MBDK menjadi sering sebesar 1,39 kali lebih besar dibandingkan dengan promosi yang jarang.

Berdasarkan variabel pendapat kebijakan cukai, diketahui bahwa dari 70 responden yang berpendapat mengenai cukai MBDK tidak setuju, kurang dari setengahnya memiliki perilaku konsumsi MBDK sering sebesar (51,4%). Analisis menggunakan *chi-square* menunjukkan bahwa *P-Value* 0,109 ($>0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pendapat tentang cukai dengan perilaku konsumsi MBDK. Nilai OR menunjukkan bahwa responden yang tidak setuju dengan kebijakan cukai MBDK memiliki kemungkinan mengkonsumsi MBDK 0,12 kali dibandingkan dengan yang setuju.

Pembahasan

Hubungan antara Tingkat Pengetahuan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan siswa dengan perilaku konsumsi MBDK. Hal ini membuktikan bahwa walaupun siswa memiliki pengetahuan baik tentang Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

(MBDK), namun bukan berarti responden tidak sering mengkonsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK), baik dalam jumlah sedikit maupun banyak. Hasil penelitian pada siswa SMA menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar siswa memiliki pengetahuan yang baik tetapi tetap memilih Minuman Berpemanis dalam Kemasan dibandingkan dengan minuman lain. Hal ini diakibatkan oleh pilihan produk MBDK yang lebih bervariasi dibandingkan

dengan minuman yang tidak mengandung pemanis buatan.

Minuman Berpemanis Dalam Kemasan memiliki variasi rasa yang lebih beragam. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa salah satu faktor yang dapat menentukan dalam pemilihan minuman yaitu rasa. Keberagaman rasa ini menjadi daya tarik utama yang mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsi produk tersebut (Yulianti & Mardiyah, 2023).

Penelitian oleh Lara-Castor (2023) juga menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis atau Sugar-Sweetened Beverages. Tingkat pendidikan erat kaitannya dengan tingkat pengetahuan sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan memiliki hubungan yang lemah dengan perilaku konsumsi.

Hubungan antara Akses terhadap Produk dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan (MBDK) disebabkan karena MBDK tersedia di kantin sekolah sehingga memudahkan remaja untuk membelinya dan lokasi sekolah yang strategis dekat dengan penjualan MBDK. Ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang mengungkapkan bahwa kemudahan akses terhadap Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK) dengan akses yang mudah dan dapat dijangkau seseorang akan cenderung lebih banyak mengkonsumsi minuman tersebut (Veronica & Ilmi, 2020).

Kemudahan akses terhadap minuman di lingkungan sekitar berperan dalam membentuk kebiasaan konsumsi pada remaja. Mengingat sebagian besar waktu remaja dihabiskan di sekolah, keberadaan minuman kemasan yang mudah ditemukan di sekitar area sekolah mendorong mereka untuk membelinya. Ini mengindikasikan bahwa kedekatan lokasi

penjualan minuman kemasan dapat memengaruhi pola konsumsi minuman tersebut (Muharry et al., 2024).

Hubungan antara Harga dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

Berdasarkan karakteristik responden yaitu siswa SMA, rata-rata uang saku yang diberikan berada dalam rentang antara Rp 20.000 - Rp 50.000 setiap harinya. Dibandingkan dengan produk MBDK yang seharga antara Rp 3.000 - Rp 10.000, siswa dapat membeli Produk MBDK setiap harinya tanpa merasa terlalu terbebani (Putri, 2023).

Hal ini terjadi karena harga MBDK di pasaran tidak terlalu bervariasi dan cenderung sama. Meskipun terdapat minuman dengan harga yang berbeda baik lebih mahal maupun lebih murah, perbedaannya cenderung tidak terlalu besar. Hal ini dibuktikan oleh hasil observasi di toko swalayan yang menjual MBDK dari berbagai jenis namun harga yang tidak terlalu berbeda. Misalnya minuman susu dalam kotak dengan volume yang sama berkisar antara Rp8.000 sampai Rp10.000, selain itu minuman teh dalam botol dengan volume yang sama berkisar antara Rp3.000 hingga Rp5.000.

Selain perbedaan harga yang cenderung tidak terlalu besar, harga sebagian besar produk Minuman Berpemanis Dalam Kemasan juga terjangkau terutama untuk kalangan siswa SMA. Dengan harga yang tergolong murah, varian rasa produk Minuman Berpemanis dalam Kemasan sudah dapat disandingkan dengan minuman racikan di kafe yang harganya cenderung lebih mahal. Oleh karena itu, siswa SMA yang sebagian besar masih mengandalkan uang saku dari orang tua akan lebih memilih produk yang lebih murah dengan rasa yang hampir sama.

Adanya variasi perilaku konsumsi MBDK pada responden tetapi tidak adanya variasi harga produk MBDK dapat menjadi alasan mengapa tidak ada hubungan antara harga produk dengan perilaku konsumsi setelah dilakukan analisis data.

Hubungan antara Promosi Produsen dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

Penelitian ini menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara promosi produsen dan perilaku konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK). Hal ini terjadi karena tidak adanya promosi MBDK di sekitar lingkungan sekolah secara langsung, siswa hanya mendapatkan paparan promosi melalui media sosial. Meskipun tidak ada promosi secara langsung di sekolah, tetapi produk MBDK tersebut banyak terdapat di lingkungan sekolah sehingga siswa dapat bebas memilih produk MBDK dengan berbagai varian. Ketersediaan produk berkaitan dengan akses yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara akses dengan perilaku konsumsi MBDK.

Temuan penelitian ini diperkuat oleh studi sebelumnya yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara promosi dan keputusan pembeli. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara promosi dan keputusan pembelian. Keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumsi. Pada umumnya, seseorang yang memutuskan untuk membeli suatu produk akan menggunakan produk tersebut. Pada situasi ini, produk yang dibeli adalah produk Minuman Berpemanis dalam kemasan sehingga penggunaan produk berkaitan dengan konsumsi (Nasution et al., 2019).

Hubungan antara Pendapat tentang Cukai dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan

Undang-undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang cukai menyatakan bahwa barang yang dikenakan cukai memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu barang yang konsumsinya harus dikendalikan, distribusinya harus dikendalikan karena penggunaannya berpotensi menimbulkan efek negatif bagi masyarakat, serta penggunaannya harus dikenakan pungutan negara untuk mencapai

keadilan bagi masyarakat yang terdampak. Sehingga penerapan ketentuan cukai bertujuan mendorong pola konsumsi yang lebih sedat di masyarakat dan menurunkan prevalensi penyakit tidak menular.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara pendapat kebijakan cukai dengan perilaku konsumsi MBDK pada siswa SMA. Kebijakan cukai tidak terlalu berdampak pada siswa karena siswa tidak sepenuhnya menyadari adanya cukai atau dampak dari kebijakan tersebut. Konsumen cenderung tidak terlalu memperhatikan kebijakan cukai karena kebijakan ini dibebankan kepada produsen atau penyedia barang (Sebayang, 2023).

Kenaikan harga akibat cukai tidak terlalu berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Minuman Berpemanis dalam Kemasan. Hal ini disandingkan penerapan cukai pada produk lain yaitu rokok. Data menunjukkan bahwa angka perokok masih tinggi meskipun rokok sudah dikenakan cukai. Selain itu, peningkatan harga akibat cukai juga tidak terlalu besar sehingga produk Minuman Berpemanis dalam Kemasan masih terjangkau untuk kalangan siswa SMA (Kemenkes RI, 2023).

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan, bahwa masih banyak siswa yang sering mengkonsumsi Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK) sebanyak 62%. Variabel pengetahuan dalam kategorik baik sebanyak 65,8%. Akses Jarak pembelian MBDK responden menjawab paling banyak dalam kategorik mudah sebanyak 51,2%. Didapatkan harga produk MBDK responden menjawab paling banyak dengan kategorik sangat terjangkau sebanyak 61,2 %. Untuk promosi produk dalam kategorik sering sebanyak 56,6% dan tentang pendapat cukai, responden menjawab paling banyak dengan kategorik setuju 38%.
2. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara akses terhadap produk MBDK dengan perilaku

konsumsi MBDK pada Siswa SMA Negeri 3 Kuningan. Serta didapatkan hasil analisis bivariat dengan hasil korelasi chi square yaitu $0,000 < P \text{ Value } (0,05)$, maka terdapat kolerasi yang signifikan antara akses dengan perilaku MBDK dengan angka korelasi 0,573.

Saran

1. Bagi responden, lebih bijak dalam membeli MBDK dengan memahami dampak kesehatannya melalui membaca label kemasan.
2. Bagi Sekolah SMA Negeri 3 Kuningan, agar mengintegrasikan edukasi kesehatan di dalam kurikulum.
3. Bagi pemerintah Kabupaten Kuningan, agar dapat meningkatkan kampanye kesadaran kesehatan masyarakat tentang bahaya MBDK dan memperkuat regulasi terkait iklan dan distribusi MBDK.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, B. G. (2017). Analisis fisibilitas pengenalan cukai atas minuman berpemanis (sugar-sweetened beverages). *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 229–241. <https://doi.org/https://doi.org/10.31685/kek.v1i3.291>
- Dinkes Jabar. (2023). *jumlah penderita diabetes melitus berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-penderita-diabetes-melitus-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Ferretti, F., & Mariani, M. (2019). Sugar-sweetened beverage affordability and the prevalence of overweight and obesity in a cross section of countries. *Globalization and Health*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s12992-019-0474-x>
- Kemendes RI. (2023). *Laporan survei kesehatan Indonesia 2023*.
- Lara-Castor, L., Micha, R., Cudhea, F., Miller, V., Shi, P., Zhang, J., Sharib, J. R., Erndt-Marino, J., Cash, S. B., & Mozaffarian,

D. (2023). Sugar-sweetened beverage intakes among adults between 1990 and 2018 in 185 countries. *Nature Communications*, 14(1), 5957. <https://doi.org/https://doi.org/10.1038/s41467-023-41269-8>

- Muharry, A., Yogaswara, D., & Annashr, N. N. (2024). Pola konsumsi makan dan minuman terhadap risiko obesitas remaja. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 15(02), 353–363. <https://doi.org/https://doi.org/10.34305/jikbh.v15i02.1289>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 165–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594>
- Oladoyinbo, C. A., Abiodun, A., Akinbule, O. O., Olowoyoye, O. R., & Omoniyi, B. D. (2022). Pattern of beverage consumption and body mass index among adolescents in Ogun State, Southwest Nigeria. *African Journal of Biomedical Research*, 25(3), 353–361. <https://doi.org/https://doi.org/10.4314/ajbr.v25i3.11>
- Ooi, J. Y., Wolfenden, L., Sutherland, R., Nathan, N., Oldmeadow, C., Mclaughlin, M., Barnes, C., Hall, A., Vanderlee, L., & Yoong, S. L. (2022). A systematic review of the recent consumption levels of sugar-sweetened beverages in children and adolescents from the World Health Organization regions with high dietary-related burden of disease. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 34(1), 11–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/10105395211014642>
- Putri, M. (2023). *Begini cara menentukan uang jajan anak SD, SMP, SMA yang ideal*. Akseleran. <https://www.haibunda.com/parenting>

- /20230726134753-61-311455/begini-cara-menentukan-uang-jajan-anak-sd-smp-sma-yang-ideal
- Rahma, N. . (2024). *Urgensi pengenaan cukai pada minuman berpemanis dalam kemasan*. Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/sultra/id/data-publikasi/artikel/3134-urgensi-pengenaan-cukai-pada-minuman-berpemanis-dalam-kemasan.html>
- Sebayang, A. A. (2023). *Apa yang dimaksud dengan cukai dan seberapa penting kehadirannya untuk mengendalikan konsumsi?* <https://cisdi.org/artikel/apa-yang-dimaksud-dengan-cukai-dan-seberapa-penting-kehadirannya-untuk-mengendalikan-konsumsi>
- Sinurat, J. P., Karo, R. M. B., Telova, Y., & Rizki, N. (2024). Analisis kandungan pemanis sakarin dalam minuman serbuk instan di sekitaran Lubuk Pakam. *Pharmed: Journal of Pharmaceutical Science and Medical Research*, 7(2), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.25273/pharmed.v7i2.21925>
- Sulastri, S., & Yuliyana, T. (2024). Hubungan perilaku sedentary dan asupan makan dengan obesitas karyawan. *Journal of Public Health Innovation*, 5(1), 86–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.34305/jphi.v5i01.1169>
- Syarif, M. (2023). *Aksi dukung cukai Minuman Berpemanis Dalam Kemasan (MBDK)*. Jakarta : NERACA. <https://www.neraca.co.id/article/187842/aksi-dukung-cukai-minuman-berpemanis-dalam-kemasan-mbdk>
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman kekinian di kalangan mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Journal of Health Development*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.52021/ijhd.v2i2.48>
- Yulianti, R. D., & Mardiyah, S. (2023). Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja. *Jurnal Sains Kesehatan*, 30(3), 90–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.37638/jsk.30.3.90-99>