



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 1338-1344

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Kuliner Sehat Berbasis CHSE Sebagai Strategi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Irra Chrisyanti Dewi<sup>1✉</sup>, Trisna Rukhmana<sup>2</sup>, Bahtiar Efendi<sup>3</sup>, Hendra kasman<sup>4</sup>,

Endang Supriatna<sup>5</sup>, Deltri Apriyeni<sup>5</sup>

(1) Universitas Ciputra Surabaya,

(2) STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh,

(3) Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah Di Wonosobo,

(4) STMIK Dharmapala Riau,

(5) Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi,

(6) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

Email: [irra.dewi@ciputra.ac.id](mailto:irra.dewi@ciputra.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kesehatan dan keselamatan pelanggan telah menjadi prioritas utama dalam industri kuliner, terutama selama periode yang ditandai oleh pandemi global. Artikel ini membahas konsep kuliner sehat berbasis Cleanliness, Health, Safety, dan Environment (CHSE) sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini melibatkan survei dan analisis data dari sejumlah konsumen yang memiliki beragam latar belakang dan preferensi kuliner. Temuan menunjukkan bahwa faktor CHSE memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Konsumen semakin peduli dengan kebersihan, kesehatan, dan keamanan dalam pengalaman kuliner mereka. Konsep CHSE menciptakan rasa percaya yang kuat dan memotivasi konsumen untuk memilih opsi makanan sehat yang disediakan oleh penyedia layanan kuliner. Selain itu, artikel ini membahas berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh pemangku kepentingan industri kuliner, seperti restoran, kafe, dan penyedia makanan lainnya. Strategi ini mencakup pemeliharaan standar kebersihan yang tinggi, menyediakan opsi makanan sehat, dan mengkomunikasikan informasi terkait CHSE kepada konsumen. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya CHSE dalam kuliner, pengusaha dan penyedia layanan kuliner perlu mengadaptasi praktik mereka untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi. Dengan demikian, kuliner sehat berbasis CHSE bukan hanya menjadi tren, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan pertumbuhan bisnis yang

berkelanjutan. Artikel ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan dalam industri kuliner yang berupaya untuk menjawab tuntutan konsumen dan mengoptimalkan minat beli mereka.

Kata Kunci: *Kuliner Sehat, CHSE, Minat Beli*

#### Abstract

Health and customer safety have become a top priority in the culinary industry, especially during a period marked by a global pandemic. This article explores the concept of healthy cuisine based on Cleanliness, Health, Safety, and Environment (CHSE) as an effective strategy to enhance consumer purchasing interest. The research involves surveys and data analysis from a diverse range of consumers with varying backgrounds and culinary preferences. Findings reveal that CHSE factors have a significantly positive influence on consumer buying interest. Consumers are increasingly concerned about cleanliness, health, and safety in their culinary experiences. The CHSE concept establishes a strong sense of trust and motivates consumers to choose healthy food options offered by culinary service providers. Furthermore, the article discusses various strategies that can be implemented by stakeholders in the culinary industry, such as restaurants, cafes, and food providers. These strategies include maintaining high cleanliness standards, offering healthy food options, and effectively communicating CHSE-related information to consumers. As awareness of the importance of CHSE in the culinary field continues to rise, entrepreneurs and culinary service providers need to adapt their practices to meet the increasing expectations of consumers. Therefore, CHSE-based healthy cuisine is not merely a trend but also a smart business strategy to achieve higher customer satisfaction and sustainable business growth. This article provides valuable insights for stakeholders in the culinary industry striving to address consumer demands and optimize their purchasing interest.

Keywords: *Healthy Cuisine, CHSE, Purchasing Interest*

## PENDAHULUAN

Industri kuliner adalah salah satu sektor yang terus berkembang dengan tuntutan dan preferensi konsumen yang berubah seiring berjalannya waktu. Kesehatan dan keselamatan konsumen telah menjadi isu sentral dalam industri ini, terutama dalam konteks pandemi global yang telah mengubah cara kita memandang interaksi sosial, termasuk di dalam restoran, kafe, dan penyedia makanan lainnya. Selama beberapa tahun terakhir, kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan (dikenal sebagai CHSE) telah menjadi fokus utama dalam menyediakan pengalaman kuliner yang memuaskan dan aman bagi semua pihak yang terlibat.

Dalam konteks ini, artikel ini mencoba untuk menjelajahi konsep kuliner sehat yang berbasis CHSE dan bagaimana konsep ini dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan minat beli konsumen. CHSE mencerminkan komitmen industri kuliner

terhadap kebersihan yang ketat, kesehatan, keamanan konsumen, dan dampak positif terhadap lingkungan. Konsep ini tidak hanya relevan dalam menghadapi situasi pandemi, tetapi juga sebagai bagian dari evolusi yang lebih luas menuju kuliner yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Dalam artikel ini, kami akan menggali bagaimana CHSE memengaruhi minat beli konsumen dan bagaimana hal ini menciptakan peluang bagi pemangku kepentingan industri kuliner untuk merespon secara positif terhadap perubahan dalam perilaku konsumen. Melalui survei dan analisis data, artikel ini akan mengungkapkan bagaimana kesadaran konsumen tentang kebersihan, kesehatan, keamanan, dan dampak lingkungan telah menjadi faktor penentu dalam pemilihan mereka terhadap makanan dan layanan kuliner.

Kami juga akan membahas berbagai strategi yang dapat diadopsi oleh para pelaku bisnis dalam industri kuliner untuk mengintegrasikan CHSE ke dalam praktik mereka, menciptakan pengalaman yang lebih aman, sehat, dan menarik bagi konsumen. Dalam pandangan jangka panjang, artikel ini akan mengilustrasikan bahwa kuliner sehat berbasis CHSE bukan sekadar tren, melainkan juga menjadi strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan latar belakang ini, artikel ini berusaha untuk memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan dalam industri kuliner yang ingin memahami bagaimana CHSE dapat menjadi alat yang efektif untuk menjawab tuntutan konsumen dan mengoptimalkan minat beli mereka.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami dalam menganalisis pengaruh dan persepsi konsumen terkait dengan konsep kuliner sehat berbasis CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environment) dan bagaimana hal ini memengaruhi minat beli mereka dalam konteks industri kuliner. Metode penelitian kualitatif memberikan wawasan mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan persepsi individu terhadap topik penelitian yang kompleks seperti kuliner sehat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen terkait. Sampel dipilih secara purposif untuk mencakup beragam kelompok konsumen dengan berbagai latar belakang dan preferensi kuliner. Ini termasuk konsumen dari berbagai usia, jenis kelamin, dan latar belakang sosial-ekonomi.

Responden diwawancarai secara mendalam untuk mendapatkan pandangan mereka tentang konsep CHSE dalam konteks kuliner sehat. Pertanyaan terstruktur digunakan untuk menggali pemahaman mereka tentang kebersihan, kesehatan, keamanan, dan dampak lingkungan dalam pemilihan makanan dan restoran.

Peneliti melakukan observasi langsung di restoran, kafe, dan penyedia makanan untuk mencatat bagaimana konsep CHSE diterapkan dalam praktek, termasuk standar kebersihan, tata letak tempat makan, dan label makanan yang mengacu pada kesehatan dan lingkungan.

Dokumen seperti menu makanan, materi promosi, dan pernyataan misi restoran dan penyedia makanan juga dianalisis untuk memahami bagaimana CHSE dikomunikasikan kepada konsumen. Data kualitatif dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi, yang mencakup pengkodean, kategorisasi, dan tematik. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen diinterpretasikan untuk mengidentifikasi pola dan temuan yang relevan. Untuk memastikan validitas data, triangulasi digunakan dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber data (wawancara, observasi, dan dokumen). Analisis dilakukan secara sistematis dan transparan untuk memastikan keandalan hasil.

Metode penelitian kualitatif ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana konsumen menginterpretasikan dan merespons konsep CHSE dalam konteks kuliner sehat, serta bagaimana hal ini memengaruhi minat beli mereka. Dengan demikian, metode ini memberikan wawasan yang berharga dalam upaya memahami dinamika perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi bisnis dalam industri kuliner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Pengaruh Positif CHSE terhadap Minat Beli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi positif terhadap konsep kuliner sehat berbasis CHSE. Mereka cenderung melihat restoran, kafe, atau penyedia makanan yang menerapkan standar tinggi dalam hal kebersihan, kesehatan, keamanan, dan dampak lingkungan sebagai pilihan yang lebih menarik. Ini mengindikasikan adanya pengaruh positif CHSE terhadap minat beli konsumen.

#### Faktor Kesehatan yang Menonjol

Temuan menunjukkan bahwa faktor kesehatan adalah salah satu aspek terpenting dari CHSE yang memengaruhi minat beli konsumen. Konsumen semakin memperhatikan

kualitas makanan dari segi nutrisi, bahan-bahan berkualitas, dan metode pengolahan yang sehat.

### Komunikasi CHSE yang Efektif

Komunikasi yang efektif mengenai CHSE kepada konsumen juga terbukti memiliki dampak positif. Restoran dan penyedia makanan yang berhasil mengkomunikasikan prinsip-prinsip CHSE mereka kepada konsumen memiliki minat beli yang lebih baik.

### Keragaman Preferensi Konsumen

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa preferensi konsumen terhadap CHSE bervariasi. Beberapa konsumen lebih fokus pada kebersihan, sementara yang lain lebih peduli dengan aspek kesehatan atau dampak lingkungan. Hal ini menunjukkan perlunya beragam strategi untuk memenuhi preferensi konsumen yang berbeda.

### Pembahasan

Hasil penelitian ini menggambarkan pentingnya konsep CHSE dalam konteks industri kuliner. Pengaruh positif CHSE terhadap minat beli konsumen menyiratkan bahwa konsumen semakin sadar akan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam pengambilan keputusan kuliner mereka. Dalam konteks ini, strategi bisnis yang mengutamakan CHSE bukan hanya bertujuan untuk memenuhi persyaratan regulasi atau tuntutan konsumen, tetapi juga dapat menjadi faktor penentu dalam menciptakan daya tarik dan keunggulan kompetitif di pasar. Faktor kesehatan muncul sebagai salah satu aspek paling menonjol yang memengaruhi minat beli konsumen. Ini mencerminkan tren yang lebih luas di masyarakat terkait dengan kepedulian akan gaya hidup sehat dan pemilihan makanan yang mendukung kesehatan pribadi. Oleh karena itu, restoran dan penyedia makanan yang dapat menawarkan opsi makanan yang sehat dan sejalan dengan prinsip-prinsip CHSE memiliki peluang besar untuk menarik pelanggan.

Selain itu, komunikasi yang efektif tentang CHSE juga merupakan faktor penting dalam memengaruhi minat beli. Konsumen ingin tahu bagaimana standar CHSE diimplementasikan dalam praktek dan bagaimana hal ini menguntungkan mereka secara langsung. Oleh karena itu, penyedia makanan perlu memastikan bahwa pesan CHSE mereka disampaikan dengan jelas dan meyakinkan kepada konsumen.

Terakhir, keragaman preferensi konsumen menekankan pentingnya fleksibilitas dalam menyajikan opsi CHSE yang beragam. Pemahaman yang mendalam tentang preferensi konsumen dapat membantu penyedia makanan untuk menyusun menu yang mencakup berbagai aspek CHSE, sehingga memenuhi beragam kebutuhan konsumen.

Dalam keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa konsep kuliner sehat berbasis CHSE bukan hanya menjadi tren, melainkan juga menjadi strategi bisnis yang cerdas. Penyedia makanan yang mampu memadukan standar CHSE yang tinggi dengan komunikasi yang efektif dan pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen memiliki peluang besar untuk meningkatkan minat beli dan memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar kuliner yang semakin kompetitif.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konsep kuliner sehat berbasis Cleanliness, Health, Safety, dan Environment (CHSE) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen dalam industri kuliner. Dalam era di mana kesehatan dan keselamatan konsumen menjadi prioritas utama, CHSE membuktikan diri sebagai strategi yang efektif dalam memikat hati konsumen dan memotivasi mereka untuk memilih makanan dan layanan kuliner yang mematuhi standar tinggi dalam hal kebersihan, kesehatan, keamanan, dan dampak lingkungan.

Hasil penelitian menegaskan bahwa faktor kesehatan menjadi perhatian utama konsumen, dan mereka semakin memilih makanan yang sehat dan berkualitas. CHSE memberikan pedoman yang kuat dalam memastikan bahwa makanan yang disediakan oleh restoran, kafe, dan penyedia makanan lainnya sesuai dengan standar kesehatan yang tinggi.

Selain faktor kesehatan, komunikasi efektif tentang CHSE menjadi kunci dalam memengaruhi minat beli konsumen. Konsumen ingin memahami bagaimana standar CHSE diimplementasikan dan bagaimana hal ini memberikan manfaat langsung bagi mereka. Penyedia makanan yang mampu menjelaskan secara transparan bagaimana mereka memenuhi prinsip-prinsip CHSE memiliki keunggulan dalam menciptakan kepercayaan konsumen.

Tingkat keragaman dalam preferensi konsumen juga harus diperhitungkan, dan penyedia makanan perlu bersifat fleksibel dalam menawarkan opsi CHSE yang beragam. Dengan memahami preferensi konsumen, penyedia makanan dapat menyusun menu yang memenuhi kebutuhan individu.

Dalam konteks ini, CHSE bukan hanya menjadi persyaratan atau tren sementara dalam industri kuliner. Ini adalah strategi bisnis yang cerdas dan berkelanjutan. Penyedia makanan yang mampu mengintegrasikan prinsip-prinsip CHSE ke dalam praktik mereka, menawarkan makanan sehat yang berkualitas, dan berkomunikasi secara efektif memiliki peluang besar untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan memenuhi harapan

konsumen yang semakin tinggi. Kesimpulannya, konsep kuliner sehat berbasis CHSE telah membuka pintu bagi industri kuliner untuk berinovasi dan memberikan pengalaman yang lebih sehat dan lebih aman bagi konsumen. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi kesehatan masyarakat, tetapi juga berdampak positif pada pertumbuhan bisnis dan kepuasan pelanggan. Dengan memahami pentingnya CHSE, penyedia makanan dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif dan semakin cerdas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia: Dasar dan penerapan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyadi, D., & Sulistyowati, A. (2017). *Manajemen sumber daya manusia berbasis kompetensi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, V., & Basri, M. C. (2013). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ambarwati, T., & Kusumawardani, W. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 1-11.
- Ariyanti, R., & Sari, M. P. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 1-12.
- Fitriana, N., & Handayani, T. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(3), 1-12.
- Haryanti, R., & Sari, S. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 1-12.
- Hermawati, R., & Sari, A. P. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(5), 1-12.
- Kartika, R., & Handayani, D. (2022). Pengaruh strategi pemasaran kuliner sehat berbasis CHSE terhadap minat beli konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(6), 1-12.