

Preferensi Produsen Dalam Pengolahan *Healty Food*

Viola Allegra Andiresta*, Panji Suminar, Diyas Widiyarti

Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

*violaandiresta280403@gmail.com

Abstract

Living a healthy lifestyle is a necessity in life. Along with the increasing development of modern lifestyles, busy work causes them to often consume fast food. Limited time to cook is the reason someone prefers to consume fast food. The increasing desire of the community to start implementing a healthy lifestyle in the midst of many office or other activities, causing them not to be able to prepare their own food or drink to be consumed creates a good opportunity for food producers, especially producers who sell healthy food. Manufacturers must pay attention and be able to meet consumer preferences in making choices that are sometimes very selective by understanding and responding to consumer desires in order to create products that are not only healthy but also healthy. This study aims to examine the preferences of producers in processing healthy food products, later this research will help identify what factors are prioritized by producers in producing and marketing healthy food to consumers. The research was conducted using a descriptive qualitative approach and using purposive sampling technique. Based on the findings in the field, some producers were moved by the lack of quality healthy food choices in the area. They strive to provide truly healthy products, using low calorie and sugar ingredients to replace less healthy ingredients such as mayonnaise and condensed milk. In addition, personal backgrounds, such as a love for healthy food, are also a major motivation in producing healthy food. The high public demand for healthy food encourages manufacturers to innovate. Products such as salads, fresh juices, and protein-based foods now come in various variants to meet consumer needs.

Keywords: *Consumer Preferences; Healthy Food; Processing; Producer Preferences*

Abstrak

Menjalankan pola hidup sehat merupakan suatu kebutuhan yang harus dilakukan di dalam kehidupan. Seiring meningkatnya perkembangan gaya hidup modern, kesibukan pekerjaan menyebabkan seringkali mereka mengkonsumsi makanan cepat saji. Keterbatasan waktu untuk memasak menjadi alasan seseorang lebih memilih mengkonsumsi makanan cepat saji. Meningkatnya keinginan masyarakat untuk mulai menerapkan pola hidup sehat ditengah banyaknya aktivitas kantor ataupun lainnya, menyebabkan mereka tidak bisa menyiapkan sendiri makanan atau minuman yang hendak dikonsumsi membuat terciptanya peluang bagus bagi produsen makanan, khususnya produsen yang menjual makanan *healty food*. Produsen harus memperhatikan serta mampu memenuhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihan yang terkadang sangat selektif dengan cara memahami dan merespon keinginan konsumen agar dapat menciptakan produk yang tidak hanya sehat tetapi juga harus sesuai ekspektasi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji preferensi produsen dalam pengolahan produk *healthy food*, nantinya penelitian ini akan membantu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadi prioritas produsen dalam memproduksi dan memasarkan makanan sehat kepada konsumen. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil temuan

dilapangan beberapa produsen tergerak oleh kurangnya pilihan makanan sehat berkualitas di daerah tersebut. Mereka berupaya menyediakan produk yang benar-benar sehat, menggunakan bahan rendah kalori dan gula untuk menggantikan bahan yang kurang sehat seperti mayones dan susu kental manis. Selain itu, latar belakang pribadi, seperti kecintaan pada makanan sehat, juga menjadi motivasi utama dalam memproduksi *healthy food*. Tingginya permintaan masyarakat terhadap makanan sehat mendorong produsen untuk berinovasi. Produk seperti salad, jus segar, dan makanan berbasis protein kini hadir dalam berbagai varian untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: *Healthy Food*; Preferensi Produsen; Pengolahan; Preferensi Konsumen

Pendahuluan

Kesehatan merupakan hal terpenting yang harus selalu dijaga oleh setiap individu. Kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan ini mendorong munculnya perubahan pola konsumsi pada setiap individu, hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan terhadap permintaan akan produk makanan dan minuman sehat atau *healty food*. Saat ini masyarakat sudah mulai memperhatikan pilihan makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga harus bergizi, rendah kalori dan bebas dari bahan berbahaya seperti pengawet dan pewarna yang berbahaya bila dikonsumsi dalam jangka panjang. Trend hidup sehat terus berkembang sejalan dengan meningkatnya informasi mengenai dampak kesehatan yang timbul akibat dari mengkonsumsi makanan olahan serta resiko yang akan muncul seperti terkena diabetes, obesitas, penyakit jantung serta penyakit berbahaya lainnya (Sutrisno et al., 2018).

Menjalankan pola hidup sehat adalah suatu kebutuhan yang harus dilakukan di dalam kehidupan kita (Nathaniel et al., 2018). Pada dasarnya tubuh manusia memiliki penyakit masing-masing walaupun kita belum menyadarinya. Gangguan Kesehatan dapat muncul kapan saja, tidak memandang umur, baik tua maupun muda memiliki risikonya masing-masing walaupun sudah berupaya menjaga kesehatan semaksimal mungkin. Terkadang tanpa disadari gaya hidup yang kita anggap sehat ternyata dapat memicu berbagai penyakit untuk datang karena ternyata pola hidup yang selalu kita jalankan tidak sehat, seperti mengkonsumsi makanan sembarangan dengan porsi yang besar kemudian tidak melakukan olahraga secara teratur (Tobing, 2015).

Seiring meningkatnya perkembangan gaya hidup modern, kesibukan masyarakat modern akan pekerjaannya menyebabkan seringnya mereka mengkonsumsi makanan instan ataupun makanan cepat saji. Makan bagi manusia adalah suatu keharusan, tetapi juga bisa menjadi resiko, sebab dalam soal makan, manusia bisa berlebihan, baik mengenai kuantitas maupun kualitasnya (Harsanto, 2015). Keterbatasan waktu untuk memasak, praktis, serta memiliki rasa yang enak menjadi alasan seseorang lebih memilih mengkonsumsi makanan cepat saji. Bahkan saat ini mengkonsumsi makanan cepat saji sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern.

Padahal seperti yang kita ketahui makanan cepat saji sangat berbahaya bagi tubuh karena dapat menyebabkan obesitas dan munculnya berbagai penyakit mematikan. Hal ini dikarenakan makanan cepat saji mengandung gula, garam, lemak, dan kalori yang sangat tinggi, sehingga menjadikannya tidak sehat apabila dikonsumsi secara terus menerus (Gardner, 2021). Meningkatnya keinginan masyarakat untuk mulai menerapkan pola hidup sehat ditengah banyaknya aktivitas kantor ataupun lainnya, yang menyebabkan mereka tidak bisa menyiapkan sendiri makanan atau miuman yang hendak dikonsumsi membuat terciptanya peluang bagus bagi produsen makanan, khususnya produsen yang menjual makanan *healty food*.

Produsen harus benar-benar memperhatikan serta mampu memenuhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihan mereka yang terkadang sangat selektif dengan cara memahami dan merespon keinginan konsumen agar dapat menciptakan produk yang tidak hanya sehat tetapi juga harus sesuai ekspektasi konsumen baik dari segi rasa, kualitas, kandungan, serta pola penyajiannya yang menarik minat. Biasanya preferensi konsumen tidak hanya terletak pada bagaimana pengolahannya, tetapi juga meliputi bahan baku yang digunakan, nutrisi yang terkandung pada makanan dan minuman tersebut, penyajian yang menjadi daya tarik serta bagaimana produsen dalam melakukan pemasaran sehingga menjadi menarik bagi konsumen yang peduli akan kesehatan mereka.

Perkembangan industri makanan dan minuman meningkat secara pesat berdasarkan kebutuhan global yang mendorong aktivitas ekspor impor, termasuk di Indonesia. Data dari Food Industry Asia menyatakan total pengeluaran untuk makanan di Asia akan mencapai 8 triliun USD pada 2030. Angka ini dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan produk makanan sehat, segar, aman, dan berkelanjutan yang tetap mempertahankan cita rasa. Perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat telah mendorong 96% bisnis makanan dan minuman untuk merancang strategi baru dan melakukan reformulasi produk. Tren ini mencakup penggunaan bahan praktis, produk baru, serta produk yang sesuai dengan nilai pribadi konsumen.

Healthy food menjadi pilihan utama seseorang untuk mulai menjalankan pola hidup sehat. *Healthy food* merupakan makanan yang mengandung banyak nutrisi untuk tubuh. Nutrisi utama yang terkandung di dalam produk *healthy food* seperti serat, vitamin, mineral, karbohidrat, dan lemak. Pola hidup sehat dapat diawali dengan memperbaiki pola konsumsi, makanan dapat dikatakan sehat apabila mengandung banyak manfaat bagi penikmatnya. Contoh makanan sehat seperti sayuran, kacang-kacangan, pati, biji-bijian, protein hewani seperti daging merah, ikan, ayam, buah-buahan, dan banyak lagi (Arifin et al., 2021). Salah satu jenis makanan sehat adalah makanan organik karena memiliki dampak kesehatan lebih baik dibanding makanan konvensional, dimana makanan organik adalah makanan yang diproduksi dan diproses melalui pertanian dan peternakan organik serta pestisida (Muhtadi, 2022).

Menciptakan produk yang sehat tentunya tidaklah mudah, pengelolaannya memerlukan pendekatan khusus, baik dalam menentukan bahan baku, kemudian bagaimana proses pengolahan yang simpel namun dapat tetap menjaga nutrisi yang terkandung di dalam makanan tersebut sehingga mampu memberikan manfaat bagi tubuh yang mengkonsumsinya, kemudian rasa yang dihasilkan juga harus sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia, terutama bagi orang yang baru memulai untuk mengonsumsi *healthy food*, hal terakhir yang juga menjadi point penting adalah bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh produsen sehingga dapat menarik banyak pelanggan dengan hanya melihat promosinya.

Produsen makanan sehat memiliki peran penting dalam menyediakan produk yang aman, bergizi, dan sesuai dengan preferensi konsumen modern. Preferensi dalam pengolahan makanan sehat tidak hanya mencakup pemilihan bahan baku berkualitas tinggi, tetapi juga melibatkan proses produksi yang menjaga nilai gizi, ramah lingkungan, serta menggunakan metode yang meminimalkan penggunaan bahan kimia atau pengawet buatan. Dengan pendekatan ini, produsen tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga mendukung upaya global untuk menciptakan pola makan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Banyak tantangan yang akan dihadapi oleh produsen, seperti tantangan dalam memilih bahan baku organik, mengurangi penggunaan bahan pengawet, bagaimana pengolahan makanan yang tepat agar tidak menghilangkan nutrisi di dalam makanan yang

akan disajikan, kemudian bagaimana produk tersebut mampu memiliki daya tarik di pasaran. Selain faktor produksi, persaingan pasar juga harus diperhatikan produsen, apakah produk *healty food* tersebut mampu bersaing di pasaran dan bertahan lama atau tidak. Beberapa faktor inilah menjadi perhatian khusus produsen dalam memproduksi produk yang akan dipasarkan.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat banyak fenomena-fenomena yang telah ditemui mengenai perubahan pola konsumsi masyarakat, dari yang sering kali mengkonsumsi makanan yang tidak sehat sekarang mulai beralih mengkonsumsi *healty food*, kemudian dengan adanya fenomena ini muncul lah peluang bagi para produsen makanan untuk menjual makanan *healty food*. Jadi dengan adanya penjualan makanan sehat ini maka orang-orang yang jadwalnya padat sekalipun walaupun tidak sempat membuat sendiri masih bisa mengkonsumsi makanan yang sehat karena sudah banyak yang menjual *healty food* ini.

Penelitian terdahulu mengenai *healty food* yang dilakukan oleh Nurul Mukti, didapatkan hasil bahwa kosumen menyatakan bahwa dalam mengkonsumsi beras siger mereka memperhatikan beberapa atribut dalam mempertahankan prestasi (kuadran II) seperti komposisi, manfaat, harga beras, motivasi, anggota keluarga, kemudahan dalam membeli, informasi produk, serta atribut yang masuk ke dalam prioritas rendah (kuadran III) yang merupakan tempat, orang lain, teman, promosi (iklan), merek yang terkenal, bonus atau hadiah serta tenaga penjual (Mukti, 2017). Penelitian lainnya dilakukan oleh Asiva Noor Rachmayani. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jumlah informan sebanyak tiga orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas promosi pemasaran yang dilakukan Dapur Hijau Homemaden *Healthy Food* dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen adalah dengan menggunakan metode periklanan, personal selling, hubungan masyarakat atau *public relation*, dan *sales promotion*. Dari ke empat metode tersebut, terdapat dua yang cukup besar menambah jumlah konsumen dari 165 konsumen di tahun 2012 menjadi 5.860 di akhir tahun 2015, dengan aktivitas iklan melalui media sosial facebook dan melalui sales promotion dengan program paket hemat setiap bulannya (Rachmayani, 2019).

Penelitian terdahulu selanjutnya ditulis oleh Evi Nurifah dan Hanifatus. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti juga membagikan kuosioner melalui google form untuk mengumpulkan data sebanyak 100 dari 200 orang yang mengisi, yang kemudian dipilih secara acak. Hasilnya diketahui bahwa karakteristik konsumen *healthy food* didominasi oleh perempuan dengan usia produktif, tingkat pendidikan sarjana, tinggal di perumahan, dan Tingkat pendapatan 2-4 juta per bulannya. Atribut kualitas dan alasan konsumen membeli karena bagus untuk Kesehatan sebanyak 100%, harga dailee healthy club sedang 71,4%, murah 28,6%, makanan yang disukai 71,4% dan minuman yang disukai 57,1%, dengan tingkat kemudahan membeli sebesar 66,7% (Julitasari, 2023).

Berdasarkan hasil identifikasi terkait keterbatasan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa topik pembahasan pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih menekankan pada metode pemasaran, dan preferensi konsumen dalam mengkonsumsi *healthy food*. Sehingga belum ditemukan adanya penelitian mengenai preferensi konsumen dalam pengolahan *healthy food*, yang mana fokusnya terletak pada alasan produsen lebih memilih memproduksi produk-produk *healty food* dibanding produk lainnya. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana preferensi produsen dalam pengolahan *healthy food* yang sudah mulai banyak diminati konsumen. Dengan menggunakan teori Pilihan Rasional oleh James Colemand, untuk menjelaskan bagaimana proses pengambilan Keputusan pihak produsen dalam pengolahan *healthy food* yang didasarkan pada prinsip yaitu

rasionalitas. Menurut Colemand pelaku ekonomi merupakan agen yang dapat bertindak secara rasional, dan berpendapat bahwa mereka akan membuat suatu keputusan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan kepuasan konsumen berdasarkan hitungan biaya dan manfaatnya (Rejeki, 2016).

Teori ini nantinya akan dijadikan acuan dalam menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menguraikan pokok permasalahan penelitian secara lebih mendalam. Penelitian ini akan dilakukan di Kota Bengkulu, yang mana terdapat banyak sekali persebaran outlet *healthy food*. Urgensi dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana faktor faktor penentu atau preferensi produsen dalam pengolahan *healthy food* yang belum dibahas secara mendalam oleh peneliti sebelumnya, seperti bagaimana produsen *healthy food* menganalisis trend makanan sehat yang banyak diminati konsumen, biaya produksi, ketersediaan bahan baku.

Teknik pengolahan agar kandungan yang terdapat di dalam makanan tersebut tetap terjaga sehingga mampu memberikan manfaat bagi penikmatnya, serta bagaimana metode pemasaran yang akan dilakukan nantinya. Oleh karena itu penelitian ini sangat penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk mengkaji preferensi produsen dalam pengolahan produk *healthy food*. Dengan adanya penelitian ini nantinya akan membantu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadi prioritas produsen dalam memproduksi dan memasarkan makanan sehat serta bagaimana produsen dalam membuat Keputusan strategis dalam merespon permintaan pasar yang terus berkembang terhadap produk *healthy food*.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh nantinya merupakan hasil interview dan tatap muka. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang bersifat investigasi karena peneliti mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung dengan subjek penelitian. Menurut Sugiono metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek yang bersifat alamiah, yang mana peneliti berperan sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis datanya bersifat induktif, dan hasil penelitian nantinya mengarah kepada makna (Fahrudin, 2021).

Terdapat beberapa Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang relevan dengan permasalahan yang dikaji. Adapun Teknik yang digunakan seperti observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data yang dilakukan penulis melalui beberapa alur seperti dimulai dengan mereduksi data, menganalisis data kemudian yang terakhir mengambil Kesimpulan dari temuan yang didapatkan mengenai permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (sampling Bertujuan). Menurut Notoatmojo (2010) *purposive sampling* merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu seperti pertimbangan keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dana, sehingga membuat peneliti tidak dapat mengumpulkan sample dengan jumlah besar. Selain itu lokasi penelitian yang jauh juga menjadi pertimbangan peneliti dalam menggunakan Teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel juga harus berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya, pada penelitian ini kriteria yang sesuai dengan topik yang dikaji adalah produsen yang memproduksi produk *healthy food*, minimal sudah mendistribusikan produk dalam tiga bulan terakhir, dan berlokasi di wilayah kota Bengkulu, sedangkan untuk informan pendukung seperti konsumen yang pernah mengkonsumsi *healthy food*, berdasarkan kriteria yang telah ada tersebut didapatkanlah tiga informan utama yang merupakan produsen dan satu informan penukung yaitu konsumen produk *healthy food* (Kumara, 2018).

Hasil dan Pembahasan

1. Preferensi Produsen Dalam Pemilihan *Healthy Food*

Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjalankan hidup sehat melalui pola konsumsi telah mendorong produsen-produsen makanan untuk mulai mengembangkan produk-produk *healthy food*. Tingginya trend konsumsi produk ini membuka peluang besar bagi industri makanan sesuai preferensi konsumen. Selain itu tren ini juga mendorong produsen untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengolah makanan sehat. Peluang ini mengharuskan produsen untuk memperhatikan berbagai hal yang mampu mendorong keberhasilan dalam mengolah makanan sehat, dengan memilih bahan baku yang berkualitas, dan menggunakan teknologi yang inovatif.

Hal inilah yang membuat produsen harus membuat produk yang tidak hanya mengikuti tren pasar tetapi juga memenuhi standar Kesehatan dan pangan. Preferensi produsen dalam memproduksi *healthy food* menjadi langkah utama untuk memastikan apakah produk yang dijual telah mengikuti tren pasar dan memenuhi regulasi Kesehatan atau belum. Berdasarkan hasil temuan dilapangan, salah satu produsen berpendapat bahwa preferensinya dalam mengolah *healthy food* karena adanya ketidakpuasan mengenai sedikitnya gerai *healthy food* yang ada di Bengkulu. Kebanyakan gerai *healthy food* yang ada di Bengkulu menjual makanan yang bahkan jauh dari kata sehat, contohnya seperti outlet yang menjual salad buah dengan dressing mayonais dan kental manis.

Seperti yang kita ketahui penggunaan mayonais dan kental manis dalam jumlah banyak sangat tidak dianjurkan, karena mengandung lemak dan gula yang sangat tinggi, sedangkan pada salad buah bahan itu dipadukan bersama buah buahan. Seharusnya dalam memproduksi *healthy food* menggunakan bahan bahan yang rendah kalori dan rendah gula. Selain itu latar belakang produsen juga menjadi salah satu faktor dalam memproduksi *healthy food*, seperti informan yang ke dua, yang menjual *healthy food* karena ia sendiri merupakan penikmat *healthy food* dalam kehidupan sehari-harinya.

Sehingga para produsen berpendapat dengan menjual *healthy food* maka akan banyak masyarakat di Bengkulu yang mulai menjalankan pola hidup sehat diawali dengan memperbaiki pola konsumsinya yang awalnya tidak sehat menjadi sehat dengan mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan setiap hari. Banyaknya kegiatan dan padatnya jadwal kerja seringkali membuat kita tidak ada waktu untuk membuat makanan makanan sehat sebagai penunjang pola hidup sehat sehari hari. Maka dari itu sekarang sudah sangat banyak produsen-produsen yang menjual *healthy food*, yang tidak hanya mudah didapatkan tetapi juga dengan harga yang terjangkau dan bahan yang berkualitas, sehingga konsumen tidak perlu khawatir.

2. Kebutuhan Konsumen Terhadap Produk *Healthy Food*

Tingginya permintaan masyarakat akan produk-produk *healthy food* di Provinsi Bengkulu mendorong para produsen untuk menjual produk serupa. Sehingga sekarang kita tidak perlu susah payah menemukan produk *healthy food* di provinsi Bengkulu karena sudah sangat banyak yang menjualnya. *Healthy food* merupakan makanan yang memiliki kandungan gizi yang seimbang, serat, dan zat-zat yang diperlukan tubuh untuk menunjang proses tumbuh kembangnya (Wulandari et al., 2024). Produk *healthy food* memiliki beragam varian mulai dari berbahan dasar sayur-sayuran, buah-buahan, rempah, hingga protein sebagai nutrisi tambahan.

Makanan sehat dapat berupa produk *healthy food* yang dipasarkan produsen memiliki daya tariknya tersendiri. Dalam memenuhi permintaan pasar, produsen harus benar-benar memahami kebutuhan serta preferensi konsumennya, sehingga produk yang dijual ramai peminat. Upaya yang dapat dilakukan produsen untuk mengetahui tren *healthy food* yang banyak disukai konsumen dengan melakukan strategi-strategi pemasaran yang

tepat dengan memperhatikan preferensi konsumen. Permintaan pasar yang tinggi mengharuskan produsen untuk tetap mengikuti tren yang sedang berkembang. Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan karena dapat dijadikan pedoman untuk mengembangkan, menjaga, serta mempertahankan produk yang dipasarkan (Syavita & Hanif, 2023).



Gambar 1. Salad Sayur

(Sumber: Data Sekunder Media Sosial Foodyland Tahun 2024)

Untuk dapat menghasilkan produk berkualitas, produsen harus menggunakan bahan-bahan yang premium serta Teknik pengolahan yang tepat, biasanya para produsen menggunakan sayur-sayuran organik untuk membuat salad sayur yang sehat. Salad sayur sendiri berasal dari Bahasa Latin *Herba Salata*, herba berarti sayuran dan *Salata* berarti diberi garam. Salad terdiri dari beberapa jenis seperti, Caesar salad, Greek salad, bound salad, green salad, pasta salad, vegetable salad, shopska salad, Olivier salad, dan lain sebagainya. Pada umumnya salad berbahan dasar sayur-sayuran seperti: lettuce, tomat, timun, paprika, kentang, alpukat, wortel dan lain sebagainya. Selain itu protein hewani dan nabati seperti daging merah, ayam, telur, ikan, tahu, tempe, dan sebagainya dijadikan sumber protein. Kemudian bahan-bahan ini dibalut bumbu yang diberi nama dressing (Mahanani, 2013). Produk *healthy food* juga sama halnya dengan produk makanan lainnya, yang memiliki klasifikasi dalam penyajian, seperti:

a. Appetizer

Produk *healthy food* sebagai makanan pembuka biasanya memiliki rasa yang ringan dan membantu meningkatkan selera makan tanpa memberikan beban berat pada pencernaan. Appetizer sehat biasanya kaya akan serat atau antioksidan seperti, salad hijau dengan dressing yang ringan

b. Main Course

Sebagai makanan utama, produk *healthy food* harus memberikan nutrisi yang seimbang, termasuk karbohidrat kompleks, protein berkualitas, lemak sehat, dan serat. Hidangan ini dirancang untuk memberikan energi yang cukup bagi tubuh sepanjang hari, sehingga kandungan yang ada di dalam makanan tersebut haruslah lengkap, seperti Nasi merah dengan lauk tempe atau tahu bakar, ikan panggang, dan tumis sayuran, dilengkapi dengan sambal untuk menambah kenikmatan.

c. Dessert

Produk *healthy food* yang tergolong ke dalam jenis dessert biasanya mengandung rendah gula, rendah kalori, dan tetap kaya akan nutrisi. *Dessert* sehat biasanya menggunakan bahan alami seperti buah-buahan, madu, atau biji-bijian. Contohnya seperti salad buah yang dipadukan dengan yogurt dan madu, sehingga mengandung sedikit lemak dan manis alami dari madu. Kemudian contoh lainnya seperti pudding buah yang dipadukan dengan chia seed, chia seed yang merupakan super food membuat pudding ini mengandung banyak sekali nutrisi yang baik untuk kesehatan.



Gambar 2. Salad Roll

(Sumber: Data Sekunder Media Sosial *Foodyland.bkl* Tahun 2024)

Beragamnya jenis *healthy food* ini tidak menutup kemungkinan produsen untuk tetap memperhatikan preferensi konsumen dalam mengonsumsi *healthy food* yang diinginkan, sering kali konsumen memiliki pilihannya sendiri. Ketika ingin mengonsumsi makanan, berdasarkan penemuan di lapangan produsen mengatakan bahwa mereka tetap mengikuti preferensi konsumen ketika membuat pesanan dengan tetap memperhatikan ketersediaan bahan yang dimiliki, sering kali konsumen meminta untuk mengganti bahan atau apapun yang menurut mereka lebih cocok.

Kami tetap memperhatikan permintaan konsumen, biasanya ada sebagian konsumen yang meminta untuk menggunakan bahan tertentu, atau ada juga yang minta untuk mengurangi bahan tertentu, disini kami tetap mengikuti preferensi konsumen tapi tetap berdasarkan ketersediaan bahan yang kami miliki (Wulan, wawancara 22 November 2024).

3. Tantangan Produsen Dalam Pengolahan Produk *Healthy Food*

Industri makanan bidang *healthy food* mulai berkembang pesat seiring dengan tingginya Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya menjalankan pola hidup sehat. Kesibukan yang dijalani seringkali membuat seseorang tidak memiliki waktu untuk membuat makanan sehat sendiri dirumah, maka dari itu sekarang sudah terdapat banyak sekali produsen-produsen *healthy food* yang dapat memudahkan konsumen, sehingga walaupun sibuk bekerja mereka tetap dapat mengonsumsi makanan yang sehat. Namun dibalik kemudahan konsumen dalam menemukan penjual *healthy food*, produsen juga menghadapi banyak tantangan yang cukup krusial. Mulai dari bahan baku, pengolahan, hingga proses pemasaran. Berdasarkan penuturan informan tantangan terbesar yang mereka hadapi dalam membuat produk *healthy food* adalah ketersediaan bahan baku, bahan-bahan organik yang berkualitas dan sesuai standar terkadang sulit untuk didapatkan. Biasanya faktor utama susahya mendapatkan bahan berkualitas ini karena sedikitnya jumlah petani yang menggunakan metode organik seperti selada organik yang lebih sehat dibanding selada biasa.

Saya menggunakan selada organik, jadi kami langsung turun ke tempat pemasok untuk membeli selada organiknya, ya walaupun dengan harga yang lebih tinggi dibanding selada biasa, tetapi yang terpenting kualitasnya bagus (Yustiana, wawancara 25 November 2024).

Selain susah didapatkan, harga yang ditawarkan juga tergolong tinggi dibanding jenis biasa, sehingga mengharuskan produsen bijak dalam memilih dan mencari bahan yang sesuai budget modal yang dikeluarkan.



Gambar 3. Salad Wrap

(Sumber: Data Sekunder Media Sosial Jimbaran *Healthy Food* 2024)

Selain bahan baku premium dengan harga terjangkau yang susah didapatkan, teknologi yang digunakan dan inovasi dalam metode pengolahan juga tergolong sulit, karena produsen harus mengolah bahan-bahan tersebut tanpa mengurangi kandungan gizi yang dimilikinya. Seringkali produsen meminimalisir pengolahan agar gizi yang terkandung tetap terjaga. Dalam memasarkan produknya informan memiliki teknik agar produk yang dijual masih tetap fresh, yaitu dengan menggunakan system Po, sehingga mereka membuat pesanan sesuai jumlah pemesan saja, jadi tidak ada produk yang didiamkan dalam waktu yang cukup lama.

Dalam mengolah minuman, informan yang merupakan seorang produsen menggunakan teknik *cold pressed juice*. Teknik *cold pressed juice* merupakan metode ekstraksi buah dan sayur dengan menggunakan metode *zero-head extraction* yang bertujuan untuk menjaga kandungan vitamin serta mineral di dalam buah dan sayur tersebut (Noviana & Anggrianto, 2018). Dalam memproduksi *juice* dengan menggunakan teknik ini produsen juga tidak menambah bahan apapun, sehingga *juice* yang disajikan pure air yang terkandung di dalam bahan yang digunakan, sehingga menghasilkan *juice* yang benar-benar sehat.

Kalo saya untuk membuat jus tidak di blender, tapi menggunakan alat press, jadi hasilnya nanti benar-benar murni dari air sayuran atau buah buahan yang dipress, dan tentunya tidak menggunakan bahan tambahan apapun, baik itu susu, gula ataupun madu (Wulan Suwanto, wawancara 22 November 2024).



Gambar 4. *Cold Pressed Juice*

(Sumber: Data Sekunder Media Sosial Jimbaran *Healthy Food* 2024)



Gambar 5. *Smoothies*

(Sumber: Data Sekunder Media Sosial Jimbaran *Healthy Food* 2024)

Konsumen makanan sehat cenderung memiliki standar tinggi terhadap kualitas, rasa, dan manfaat kesehatan produk. Produsen harus terus berinovasi agar dapat memenuhi permintaan ini, sekaligus menghadapi kenyataan bahwa tidak semua segmen masyarakat memiliki kesadaran yang sama akan pentingnya konsumsi makanan sehat. Biaya produksi yang tinggi menjadi hambatan lainnya. Proses pengolahan yang lebih rumit dan bahan baku yang mahal membuat harga produk makanan sehat cenderung lebih tinggi. Hal ini membatasi daya beli sebagian konsumen, terutama mereka yang berpenghasilan menengah ke bawah. Biaya untuk menjaga bahan tetap segar, informan menggunakan lemari pendingin. Untuk menghadapi tantangan-tantangan ini, produsen dapat mengambil beberapa langkah strategis. Bermitra dengan petani lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang stabil dan berkualitas adalah salah satu Solusi yang dilakukan produsen

Biasanya saya membeli beberapa bahan dari petani lokal, seperti tomat yang biasa saya beli dari petani daerah curup (Wulan Suwanto, wawancara 22 November, 2024).

Investasi dalam teknologi pengolahan inovatif juga dapat membantu menjaga kualitas produk sekaligus menekan biaya produksi. Di sisi lain, edukasi pasar melalui kampanye atau seminar dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat makanan sehat, memperluas konsumen.

4. Preferensi Konsumen Dalam Mengonsumsi *Healthy Food*

Keputusan konsumen dalam menentukan suatu produk yang ingin dibeli biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, menurut Syavita & Hanif (2023) Keputusan pembeli melibatkan beberapa pilihan, yang artinya seseorang akan mempertimbangkan beberapa opsi sebelum membuat Keputusan. Keputusan yang diambil pada umumnya melalui beberapa tahapan, faktor seperti persepsi, kepribadian, pendapatan, minat, hingga kebutuhan dapat mempengaruhi Keputusan konsumen dalam menentukan produk yang ingin dibeli.

Konsumen *healthy food* tentunya telah melalui tahapan tahapan tersebut untuk dapat menentukan pilihan mereka, dimulai dari keluhan keluhan terhadap reaksi tubuh karena kerap kali mengonsumsi makanan yang tidak sehat, kemudian mereka mencari informasi mengenai pola hidup sehat yang harus dijalankan untuk dapat terhindar dari penyakit serius, hingga keputusan yang mereka ambil untuk mulai menjalankan pola hidup sehat melalui rutin olahraga dan mengonsumsi makanan yang sehat. Gaya hidup sehat mempengaruhi perilaku individu, yang tentunya berpengaruh terhadap preferensi pembeliannya. Sering kali konsumen membeli secara spontan karena mereka tertarik terhadap produk tersebut (Kasmita et al., 2024).

Kalo saya memang basicnya suka makan sayuran, karena bagus ya buat pencernaan, jadi Setiap hari saya wajib mengonsumsi sayur, tapi untuk membeli produk *healthy food* diluar biasanya saya 2 sampai 3 kali sih dalam satu minggu, tergantung kesibukan (Cindy, wawancara 2 Desember 2024).

Selain itu sebagian konsumen memang sudah menjalankan pola hidup sehat, sehingga mereka rutin mengonsumsi *healthy food*. Dengan kesibukan yang mereka miliki membuat mereka tidak memiliki waktu lebih untuk dapat membuat makanan sehat sendiri dirumah, oleh karena itu mereka memilih untuk membeli produk *healthy food* melalui produsen yang mereka percayai.

Biasanya saya buat sendiri tapi kadang juga beli, karena kalo beli terus harganya cukup mahal kan sesuai kualitas bahan yang digunakan, tapi sebanding sama apa yang didapatkan (Hara, wawancara 2 Desember 2024).

Konsumen yang memutuskan untuk membeli produk biasanya akan memberikan evaluasi terhadap produk tersebut, dengan tujuan menentukan apakah mereka akan membeli Kembali di tempat yang sama atau tidak, hal ini tentunya mempengaruhi keberlanjutan produk *healthy food* tersebut (Syavita & Hanif, 2023). Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori pilihan rasional. Menurut James S. Coleman teori pilihan rasional dalam sosiologi memusatkan perhatian pada system sosial, yang mana fenomena harus dijelaskan oleh faktor internal. Tujuan dari hal ini agar intervensi menciptakan perubahan social, coleman berpendapat bahwa teori sosial tidak hanya pada bidang akademis tetapi juga mempengaruhi kehidupan social individu. Interaksi yang dilakukan sesama individu terjadi akibat dari fenomena yang timbul pada system, yang tidak diprediksi oleh individu itu sendiri (Rejeki, 2016). Teori pilihan rasional merupakan tindakan rasional individu untuk suatu tindakan berdasarkan tujuan yang ditentukan oleh nilai atau pefeensi itu sendiri (Sukur, 2023).

Teori Pilihan rasional merupakan pendekatan dalam ilmu sosiologi yang titik fokusnya terletak pada proses pengambilan keputusan seseorang yang didasarkan pada prinsip rasionalitas. Menurut Coleman pelaku ekonomi merupakan agen yang bertindak rasional, yang berpendapat bahwa mereka akan membuat Keputusan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan kepuasan konsumen berdasarkan hitungan biaya dan manfaat (Setiadi, 2018). Dalam konteks preferensi produsen dalam pengolahan *healthy food*, Teori pilihan rasional menjelaskan mengapa produsen lebih memilih menjual produk *healthy food* dibanding produk lainnya, dengan tetap memperhatikan faktor-faktor ekonomi, tren terkini, hingga besarnya keuntungan yang akan didapatkan.

Teori pilihan rasional milik Coleman ini tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa Tindakan individu mengarah pada satu tujuan yang ditentukan oleh preferensi seseorang. Coleman mengatakan bahwa dibutuhkan konsep yang tepat dari ilmu ekonomi untuk dapat melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan dan kebutuhan mereka. Unsur utama yang paling penting dalam teori colemand ini adalah aktor dan sumber daya. Dengan menggunakan teori pilihan rasional, kita dapat mengkaji bagaimana preferensi produsen dalam pengolahan *healthy food*. Disini produsen berupaya membuat keputusan rasional dalam mempertimbangkan aspek yang menjadi dasar dalam memilih menjual produk tersebut.

Kesimpulan

Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan melalui pola konsumsi yang lebih baik telah mendorong produsen makanan untuk mengembangkan produk-produk sehat. Tren ini tidak hanya membuka peluang besar bagi industri makanan, tetapi juga menuntut produsen untuk lebih memahami faktor-faktor penting dalam pengolahan makanan sehat. Produsen kini harus memastikan bahwa produk

mereka tidak hanya sesuai dengan tren pasar, tetapi juga memenuhi standar kesehatan dan pangan. Beberapa produsen, seperti yang ditemukan di Bengkulu, tergerak oleh kurangnya pilihan makanan sehat berkualitas di daerah tersebut. Mereka berupaya menyediakan produk yang benar-benar sehat, menggunakan bahan rendah kalori dan gula untuk menggantikan bahan yang kurang sehat seperti mayones dan susu kental manis. Selain itu, latar belakang pribadi, seperti kecintaan pada makanan sehat, juga menjadi motivasi utama dalam memproduksi *healthy food*. Tingginya permintaan masyarakat terhadap makanan sehat semakin mendorong produsen untuk berinovasi. Produk-produk seperti salad, jus segar, dan makanan berbasis protein kini hadir dalam berbagai varian untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen dituntut untuk memahami preferensi konsumen agar produk yang ditawarkan tetap diminati. Teknik pengolahan modern seperti *cold-pressed juice* sering digunakan untuk menjaga kandungan gizi, sementara strategi pemasaran yang efektif membantu produsen menjangkau lebih banyak konsumen. Namun, mereka juga harus fleksibel dalam menyesuaikan produk berdasarkan permintaan konsumen, misalnya mengganti bahan tertentu sesuai preferensi. Di balik keberhasilan industri *healthy food*, produsen menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan.

Ketersediaan bahan baku berkualitas seperti sayuran organik menjadi salah satu kendala utama, karena jumlah petani yang memproduksi bahan organik masih terbatas. Harga bahan baku yang lebih tinggi dan kebutuhan teknologi canggih untuk menjaga kualitas juga menambah beban biaya produksi. Tantangan lainnya adalah menjaga produk tetap segar dan menjangkau konsumen dengan sistem logistik yang memadai. Untuk mengatasi ini, beberapa produsen bermitra dengan petani lokal dan menggunakan strategi produksi sesuai pesanan (*pre-order*), sehingga produk tidak terbuang dan tetap segar saat dikonsumsi. Selain itu keputusan konsumen untuk memilih *healthy food* dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kesadaran kesehatan, pengalaman pribadi, dan gaya hidup. Bagi mereka yang sibuk, membeli makanan sehat dari produsen menjadi solusi praktis. Konsumen juga cenderung mengevaluasi produk berdasarkan kualitas, rasa, dan manfaatnya sebelum memutuskan pembelian ulang. Hal ini menuntut produsen untuk terus menjaga kualitas dan inovasi agar tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif. Secara keseluruhan, perkembangan industri *healthy food* mencerminkan sinergi antara kesadaran masyarakat, respons produsen terhadap permintaan pasar, dan upaya bersama dalam menghadapi tantangan yang ada. Dengan strategi yang tepat, industri ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan membantu meningkatkan pola hidup sehat masyarakat.

Daftar Pustaka

- Arifin, Z., Fatimah, A., & Widagdo, B. (2021). Internet Marketing Untuk Meningkatkan Jaringan Pemasaran Pada Usaha Santri Pondok Pesantren Salaf Al- Qur'an (Ppsq) Asy-Syadzili Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 2(2), 82-89.
- Fahrudin, S. (2021). Implementasi Penguatan Akuntabilitas Dalam Pembangunan Zona Integritassi Polda Metro Bekasi. *Journal Information*, 4, 1-5.
- Gardner, E. S. (2021). Upaya Menanamkan Kebiasaan Pola Hidup Sehat Ditengah Maraknya Budaya Makanan Cepat Saji. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(1), 63–65.
- Harsanto, P. W. (2009). Gaya Hidup Modern Dan Iklan (Budaya Makan Mi Instan Sebagai Identitas). *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 7(1).
- Julitasari, S. (2023). Preferensi Dan Persepsi Konsumen Produk Pangan Sehat (Healthy Food). *Ciastech*, 148-155.

- Kasmita, M., Mendrofa, S. A., Elwardah, K., Susandi, D. G., & Akbarina, F. (2024). Gaya Hidup Sehat Sebagai Moderasi Pengaruh Label halal, Food Quality dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4240-4246.
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pidie: Penerbit Muhammad Zaini
- Mahanani, T. (2013). Pengembangan Media Simulasi, Pembuatan Salad Program Kompetensi Keahlian Jasa Boga Untuk Siswa Kelas x Sekolah Menengah Kejuruan Pius X Magelang. *Integration of Climate Protection and Cultural Heritage: Aspects in Policy and Development Plans. Free and Hanseatic City of Hamburg*, 26(4), 1-37.
- Muhtadi, M. A. (2022). Analisa Pengaruh Consumption Values Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Healthy Fast Food. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 169-182.
- Mukti, N. (2017). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Siger (Studi Kasus Di Bandar Lampung)*. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Nathaniel, A., Sejati, G. P., Perdana, K. K., Lumbantobing, R. D. P., & Heryandini, S. (2018). Perilaku Profesional Terhadap Pola Makan Sehat. *Indonesian Business Review*, 1(2), 186-200.
- Noviana, C., & Anggrianto, S. C. (2019). Inovasi Kemasan Yang Komunikatif Dan Edukatif Untuk Cold-Pressed Juice di Surabaya. *Jurnal VICIDI*, 8(2), 1–10.
- Rachmayani, A. N. (2019). *Aktivitas Promosi Oleh Dapur Hijau Homemade N Healthy Food Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rejeki, S. (2016). Strategi Bertahan Hidup Pada Musim Paceklik (Studi Deskriptif Kehidupan Petani Miskin di Desa Kaligede Kecamatan Senori Kabupaten Tuban). *Jurnal Ilmiah*, 43-55.
- Syavita, F. E., & Hanif, M. (2023). Pengaruh Strategi Marketing & Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food di Indonesia: Hit and Run or Sustainable Business. *Technomedia Journal*, 8(2), 205-220.
- Setiadi, N. J. (2018). Perilaku Konsumen. *Jurnal Agora*, 5(10).
- Sukur, M. A. (2023). *Perempuan Menikah Dini Dalam Perspektif Teori Pilihan Rasional James Coleman (Studi Kasus di Desa Blimbing Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*. IAIN Kediri.
- Sutrisno, S., Pratiwi, D. C., Istiqomah, I., Baba, K. J., Rifani, L. E., & Ningtyas, M. A. (2018). Edukasi Bahaya Junk Food (Makanan dan Snack) dan Jajan Sembarangan Dikalangan Remaja. *Journal of Community Engagement in Health*, 1(1), 7-10.
- Tobing, S. Y. L. (2015). Pembangunan Aplikasi Rekomendasi Makanan Hidup Sehat Berbasis Android Menggunakan Goodle Fit Apl. *Galang Tanjung*, 2504, 1-9.
- Wulandari, A., Pratidina, F. G., Arditya, M., Virginia, N., Brammastha, R., & Muktiarni, M. (2024). Pengenalan Healthy Food Sebagai Upaya Meningkatkan Produk Makanan Sehat Dalam Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 2(1), 69-78.