JURNAL KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DAERAH: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Pembangunan Daerah
Vol. 10, No. 2, Desember 2026, Hal 141 – 152. p-ISSN: 2597-4971, e-ISSN: 2685-0079, DOI: https://doi.org/10.56945/jkpd.v10i2.417

INFLASI CABAI DAN EROSI LAMBUNG: PARADOKS EKONOMI KULINER PEDAS VIRAL PADA GEN Z DI PROVINSI BANTEN

CHILI INFLATION AND GASTRIC EROSION: THE ECONOMIC PARADOX OF VIRAL SPICY CULINARY TRENDS AMONG GEN Z IN BANTEN PROVINCE

Ade Candra Muhamad
Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya, Jl. Garut - Tasikmalaya No.103a, Cintaraja, Kec. Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, 46417
E-mail: adecandra.muhamad@bps.go.id

disubmit: 14 April 2026, direvisi: 26 Oktober 2026, diterima: 22 November 2026

ABSTRAK

Komoditas cabai rawit memiliki volatilitas harga musiman yang tinggi namun menghadapi permintaan konsumsi yang relatif kaku di Provinsi Banten. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi dampak ganda tren kuliner pedas viral pada Generasi Z sebagai penggerak permintaan konsumsi mikro sektor kuliner sekaligus faktor risiko kesehatan lambung. Menggunakan metode campuran (mixed-method) dengan survei potong lintang (cross-sectional) terhadap 79 responden Generasi Z (usia 17–25 tahun) di tiga zona aglomerasi ekonomi Banten (Serang Raya, Tangerang Raya, dan Wilayah Barat dan Selatan), penelitian ini menemukan paradoks perilaku mikro. Secara ekonomi, 89,9% responden menunjukkan kesediaan membayar (willingness to pay) lebih dari Rp10.000,00 per transaksi pada kuliner pedas viral. Namun, analisis risiko kesehatan menunjukkan nilai Odds Ratio sebesar 3,81 (p=0,033), yang mengindikasikan bahwa konsumen berfrekuensi tinggi (lebih dari 3 kali per minggu) berisiko hampir 4 kali lipat lebih besar mengalami gangguan gastrointestinal. Penelitian ini memiliki keterbatasan ukuran sampel kecil (n=79) secara purposive sampling, desain cross-sectional pada satu titik waktu, serta ketiadaan pengukuran perubahan harga antarwaktu, sehingga temuan ini bersifat indikasi awal pada sub-populasi spesifik dan tidak untuk digeneralisasi sebagai penyebab langsung inflasi makro. Penelitian ini merekomendasikan kebijakan perlindungan konsumen berupa standarisasi label level kepedasan (Scoville Scale), edukasi literasi gizi digital, serta penguatan kemitraan pasokan cabai lokal bagi UMKM kuliner.

Kata kunci: Gen Z, Inflasi Pangan, Kuliner Viral, Gastroesophageal Reflux Disease, Kebijakan Publik

ABSTRACT

Bird's eye chili exhibits high seasonal price volatility yet faces relatively rigid consumption demand in Banten Province. This study aims to investigate the dual impact of viral spicy culinary trends among Generation Z as a micro-level culinary demand driver and a gastric health risk. Using a mixed-method approach with a cross-sectional survey of 79 Generation Z respondents (aged 17–25) across three economic agglomeration zones in Banten (Greater Serang, Greater Tangerang, and Western and Southern Regions), this study identified a micro-behavioral paradox. Economically, 89.9% of respondents demonstrated a willingness to pay more than IDR 10,000 per transaction for viral spicy culinary products. However, health risk analysis revealed an Odds Ratio of 3.81 (p=0.033), indicating that high-frequency consumers (more than 3 times per week) face a nearly 4-fold greater risk of gastrointestinal disorders. This study is limited by its small purposive sample size (n=79), its single-point cross-sectional design, and the absence of longitudinal price measurements; hence, these findings represent preliminary micro-level evidence for a specific sub-population and cannot be generalized as a direct determinant of macroeconomic inflation. This study recommends consumer protection interventions through standardized spiciness labeling regulations (Scoville Scale), digital nutrition literacy education, and local chili supply partnerships for culinary MSMEs.

Keywords: Gen Z, Food Inflation, Viral Culinary, Gastroesophageal Reflux Disease, Public Policy

PENDAHULUAN

Stabilitas harga pangan merupakan indikator fundamental dalam pembangunan daerah dan penjagaan daya beli masyarakat perkotaan (Handayani & Prawoto, 2022), khususnya di Provinsi Banten yang memiliki dinamika pasar strategis sebagai penyangga ibu kota. Data Berita Resmi Statistik (BRS) Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa meskipun inflasi umum Provinsi Banten pada akhir tahun 2024 terkendali di angka 1,88% (*year-on-year*) dengan komoditas cabai rawit secara tahunan sempat mencatat andil deflasi sebesar -0,17% akibat normalisasi harga dari tahun sebelumnya, tekanan harga bulanan (*month-to-month*) secara konsisten berulang pada setiap akhir tahun. Pada Desember 2024, inflasi bulanan Banten tercatat sebesar 0,50% (*month-to-month*) dengan cabai rawit memberikan andil inflasi positif sebesar 0,06% hingga 0,08%, dan tekanan musiman ini melonjak lebih tajam pada Desember 2025 ketika inflasi bulanan Banten mencapai 0,67% dengan cabai rawit sebagai penyumbang andil inflasi tertinggi sebesar 0,23% (Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, 2025a, 2025b). Fluktuasi harga cabai di Indonesia memang masih didominasi oleh guncangan sisi penawaran (*supply shock*) akibat cuaca, panen musiman, dan panjangnya rantai distribusi (Lestari et al., 2022; Miftahuljanah et al., 2020; Parulian & Wilda, 2026). Meski begitu, faktor pasokan bukan satu-satunya penjelas. Kekakuan konsumsi rumah tangga dan menjamurnya usaha kuliner olahan ikut menjaga permintaan cabai tetap tinggi di tingkat mikro.

Ketahanan permintaan konsumsi produk olahan cabai ini berkaitan erat dengan menguatnya budaya kuliner pedas sebagai bagian dari identitas gastronomi masyarakat Indonesia (Wijaya, 2019) serta menjamurnya ekosistem kuliner pedas viral yang digandrungi oleh Generasi Z (Gen Z). Dalam perspektif pemasaran modern, fenomena ini dikenal sebagai *Experience Economy* (Pine & Gilmore, 2011), di mana konsumen tidak lagi sekadar membeli produk fungsional (makanan), melainkan mencari pengalaman sensori dan gaya hidup yang relevan untuk dibagikan di ruang digital (Orea-Giner & Fusté-Forné, 2023). Bagi sebagian kalangan Gen Z, konsumsi kuliner pedas level ekstrem telah bertransformasi menjadi sarana ekspresi diri dan validasi sosial di media sosial.

Sejumlah literatur ekonomi pertanian terdahulu telah membedah dinamika pasar komoditas cabai dari sisi makro dan rantai pasok. Nurjati (2021) menemukan bahwa

volatilitas harga cabai cenderung merugikan konsumen karena adanya asimetri transmisi harga antara produsen dan konsumen, sementara Preciosa et al. (2019) menyoroti bahwa fluktuasi harga cabai membuat kebijakan Harga Acuan pemerintah seringkali menghadapi tantangan implementasi. Di sisi hulu, tingginya permintaan pasar seringkali dibingkai sebagai sinyal positif bagi insentif produksi pertanian dan perbaikan Nilai Tukar Petani (NTP), selama rantai pasok dan struktur pasar dikelola secara efisien (Aulia et al., 2021; Sulaksana, 2020).

Kajian makroekonomi tersebut belum sepenuhnya memotret perubahan perilaku konsumen di tingkat mikro. Keputusan beli Gen Z pada produk kuliner kini banyak digerakkan oleh ulasan video pendek dan algoritma media sosial (Suryaningrum et al., 2023; Listiyani et al., 2023; Dewi et al., 2023). Hal ini sejalan dengan temuan Mahmud et al. (2023) yang mengidentifikasi *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai mediator psikologis utama dalam keputusan pembelian berbasis motivasi hedonis, serta Alexandra dan Choirisa (2024) yang menekankan nilai emosional (*emotional value*) dalam konsumsi kuliner lokal. Merujuk prinsip permintaan mikroekonomi (Mankiw, 2020), kuatnya selera dan dorongan emosional ini membuat konsumen rela membayar lebih demi mengikuti tren kuliner.

Kesenjangan (*gap*) penting dalam diskursus tren kuliner viral ini adalah minimnya perhatian terhadap eksternalitas negatif kesehatan (*public health risks*) pada kelompok usia produktif. Padahal, literatur gastroenterologi menunjukkan bahwa paparan akut maupun kronis senyawa *capsaicin* dosis tinggi pada cabai dapat memicu hipersensitivitas nosiseptif viseral, rasa terbakar epigastrium (*heartburn*), dan gejala gangguan gastrointestinal fungsional (Gonlachanvit, 2010; Ao et al., 2022). Studi empiris pada populasi pelajar dan remaja di Indonesia oleh Putri et al. (2023), Sukma et al. (2024), dan Faqih et al. (2025) juga secara konsisten mengonfirmasi hubungan signifikan antara pola makan iritatif dengan peningkatan keluhan *Gastroesophageal Reflux Disease* (GERD) serta sindrom dispepsia, yang merupakan salah satu kelompok keluhan pencernaan dengan prevalensi tinggi pada usia muda di Indonesia (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia [Kemenkes RI], 2023).

Penelitian ini bertujuan menginvestigasi paradoks konsumsi kuliner pedas viral pada sub-populasi Gen Z di Provinsi Banten. Fokus utamanya adalah memetakan pengeluaran transaksi mikro sekaligus mengukur risiko gangguan lambung yang ditanggung responden, guna

memberi masukan awal bagi kebijakan perlindungan konsumen di daerah.

METODE PENELITIAN

Desain dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*) dengan strategi sekuensial eksplanatori. Tahap pertama melibatkan telaah data sekunder perkembangan inflasi komoditas pangan daerah sebagai konteks latar belakang, yang dilanjutkan dengan survei kuantitatif potong lintang (*cross-sectional*) di tingkat mikro (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di Provinsi Banten pada periode Desember 2025 dengan cakupan wilayah yang dikelompokkan berdasarkan tiga zona aglomerasi ekonomi untuk merepresentasikan keragaman karakteristik wilayah:

(1) Wilayah Serang Raya (Kota Serang dan Kabupaten Serang) sebagai pusat pemerintahan dan pendidikan;

(2) Wilayah Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan) sebagai kawasan urban metropolitan; serta

(3) Wilayah Barat dan Selatan (Kota Cilegon, Kabupaten Pandeglang, dan Kabupaten Lebak) sebagai zona industri dan wilayah penyangga.

Populasi dan Sampel

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah kelompok Generasi Z (berusia 17–25 tahun) di Provinsi Banten. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria inklusi: (1) berusia 17–25 tahun, (2) berdomisili di wilayah Provinsi Banten, dan (3) pernah mengonsumsi produk kuliner pedas viral. Dari total 126 respons kuesioner yang terkumpul, dilakukan pembersihan data (*data cleaning*) untuk mengeliminasi data uji coba (*outliers*) dan responden di luar kriteria usia, sehingga diperoleh 79 responden valid Gen Z yang dianalisis lebih lanjut.

Variabel dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan pendekatan kerangka waktu ganda (*dual time frame*). Pengukuran frekuensi konsumsi menggunakan periode ingat kembali satu minggu (*7-day recall*) untuk meminimalkan bias memori, sedangkan penilaian keluhan kesehatan lambung menggunakan periode satu bulan (*30-day recall*) dengan asumsi bahwa pola konsumsi mingguan mencerminkan kebiasaan makan rutin (*habitual intake*) yang relevan dikaitkan dengan akumulasi gejala klinis sebulan terakhir (Willett, 2012).

Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari bias interpretasi, setiap variabel penelitian didefinisikan secara operasional menggunakan skala nominal dan ordinal sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi & Indikator	Skala
Frekuensi Konsumsi (X1) (No. 1)	Intensitas beli ulang (Kotler & Keller, 2016): Jarang (<1x/mgg), Sedang (1–2x/mgg), Sering (3–4x/mgg), Sangat Sering (>5x/mgg).	Ordinal
Profil Ekonomi & Preferensi (X2) (No. 2 & 3)	Pengeluaran & sensation seeking (Byrnes & Hayes, 2013; Alexandra & Choirisa, 2024): 1. Belanja: <Rp10rb, Rp10–25rb, >Rp25rb 2. Level Pedas: Rendah (1–2), Sedang (3–4), Ekstrem (5+).	Ordinal
Dampak Kesehatan (Y) (No. 4, 5, 6)	Gejala klinis iritasi capsaicin (Gonlachanvit, 2010; Faqih et al., 2025): 1. Fisik: Heartburn & mual 2. Aktivitas: Gangguan belajar/kerja 3. Mitigasi: Konsumsi antasida.	Nominal

Teknik Analisis Data

Analisis bivariat untuk menguji hubungan antara frekuensi konsumsi kuliner pedas dan keluhan gangguan lambung dilakukan menggunakan uji *Chi-Square* (χ^2) pada taraf nyata $\alpha = 0{,}05$ dengan formulasi matematis sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

di mana χ^2 adalah nilai Chi-Kuadrat, fo adalah frekuensi yang diobservasi, dan fh adalah frekuensi yang diharapkan (*expected*). Selanjutnya, untuk mengkuantifikasi kekuatan asosiasi faktor risiko pada desain studi *cross-sectional*, digunakan parameter *Odds Ratio* (OR) pada interval kepercayaan (CI) 95% sebagaimana direkomendasikan pada studi epidemiologi gizi dan keamanan pangan (Willett, 2012; Tuglo et al., 2021):

$$OR = \frac{A \times D}{B \times C}$$

dengan A = sering makan pedas dan sakit; B = sering makan pedas dan sehat; C = jarang makan pedas dan sakit; serta D = jarang makan pedas dan sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil "Ekonomi Pedas": Pola Pengeluaran Konsumsi Mikro Gen Z

Hasil survei terhadap 79 responden Gen Z di Provinsi Banten menunjukkan profil pengeluaran transaksi yang cukup aktif pada produk kuliner pedas viral (Tabel 2). Sebanyak 89,9% responden membelanjakan lebih dari Rp10.000,00 untuk satu kali transaksi pembelian makanan pedas, yang terdiri atas 74,7% (59 responden) pada kelompok pengeluaran

menengah (Rp10.000,00–Rp25.000,00) dan 15,2% (12 responden) pada kelompok pengeluaran di atas Rp25.000,00 per transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada segmen konsumen muda yang diteliti, produk kuliner pedas viral memiliki daya tarik nilai pengalaman (*experiential value*) sehingga konsumen bersedia mengalokasikan anggaran khusus di luar sekadar pemenuhan pangan dasar.

Tingginya kesediaan membayar (*willingness to pay*) di tingkat mikro ini memperlihatkan kuatnya selera responden terhadap kuliner pedas. Secara mikroekonomi, preferensi selera yang kuat cenderung menurunkan kepekaan konsumen terhadap harga jual makanan olahan (Mankiw, 2020). Sejalan dengan temuan Santi dan Tjokrosaputro (2024) serta studi kasus Mie Gacoan oleh Dewi et al. (2023), inovasi produk kuliner pedas yang dikombinasikan dengan pemasaran media sosial mampu mempertahankan minat beli berulang di kalangan Gen Z. Bagi perputaran UMKM kuliner daerah, minat beli ini ikut menopang serapan cabai di tingkat pedagang lokal (Wardhono et al., 2020). Tentu saja, temuan pada sampel mikro ini tidak bisa langsung ditarik sebagai pemicu utama inflasi cabai makro.

Apabila dikaitkan dengan diskursus pengendalian harga daerah pada jurnal ini, seperti studi Pradana (2019) mengenai instrumen kebijakan fiskal di Kota Serang serta Parulian dan Wilda (2026) terkait volatilitas harga pangan dan peran Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) di Provinsi Banten, survei ini memberi gambaran tambahan dari sisi konsumsi mikro. Namun, kaitan antara pola konsumsi Gen Z dan harga cabai daerah tetap harus dibaca secara hati-hati. Studi Lestari et al. (2022) dan Miftahuljanah et al. (2020) menegaskan bahwa harga dan permintaan agregat cabai ditentukan oleh banyak faktor lain, seperti pasokan musiman, kelancaran distribusi, serta konsumsi rumah tangga luas. Survei *cross-sectional* ini juga tidak mencatat harga cabai saat transaksi berlangsung, tidak memantau perubahan harga antarwaktu, dan tidak menguji apakah responden tetap membeli saat harga cabai naik. Karena itu, gagasan labelisasi kepedasan dan edukasi konsumen di sini ditujukan sebagai langkah perlindungan konsumen di tingkat mikro, bukan pengganti instrumen pengendalian inflasi makro.

Tabel 2

Karakteristik Demografi dan Profil Perilaku Responden (n = 79)

Kategori / Sub-Kategori	n	%
A. Demografi Usia & Domisili		

Usia 17–25 Tahun (Gen Z)	79	100,0
1. Serang Raya	37	46,8
2. Tangerang Raya	24	30,4
3. Barat & Selatan	18	22,8
B. Pengeluaran per Transaksi		
1. < Rp10.000 (Hemat)	8	10,1
2. Rp10.000–Rp25.000	59	74,7
3. > Rp25.000 (Premium)	12	15,2
C. Preferensi Level Pedas		
1. Rendah (Level 1–2)	15	19,0
2. Menengah (Level 3–4)	48	60,8
3. Ekstrem (Level 5+)	16	20,2
D. Konsumsi Obat Lambung		
1. Rutin (Antasida)	23	29,1
2. Tidak Rutin	56	70,9

Analisis Risiko Kesehatan: *The Hidden Cost*

Di balik perputaran konsumsi kuliner tersebut, terdapat konsekuensi kesehatan saluran cerna yang nyata pada kelompok responden. Berdasarkan tabulasi silang antara frekuensi konsumsi kuliner pedas viral dan kejadian keluhan gangguan lambung (Tabel 3), terlihat perbedaan proporsi keluhan klinis yang mencolok antara konsumen frekuensi tinggi dan frekuensi rendah.

Tabel 3
Tabulasi Silang Frekuensi Konsumsi terhadap Risiko Gangguan Lambung

Frekuensi	Sakit	Sehat	OR	p-value
Tinggi (>3x/mgg)	21	10	3,81	0,033*
Rendah (≤3x/mgg)	17	31	Ref	-
Total (n = 79)	**38**	**41**		

**Signifikan pada taraf nyata α = 0,05.*

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai *Odds Ratio* (OR) sebesar 3,81 (*p-value* = 0,033). Secara epidemiologis, angka ini mengindikasikan bahwa responden Gen Z yang mengonsumsi makanan pedas viral lebih dari 3 kali seminggu memiliki peluang 3,81 kali lipat lebih besar untuk mengalami gejala gangguan lambung (*heartburn* dan mual) dibandingkan responden dengan frekuensi konsumsi rendah. Temuan ini konsisten dengan studi klinis Gonlachanvit (2010) mengenai efek stimulasi reseptor TRPV1 oleh *capsaicin* terhadap hipersensitivitas lambung, serta memperkuat temuan empiris Faqih et al. (2025), Putri et al. (2023), dan Simamora et al. (2025) pada populasi remaja dan Gen Z di Indonesia. Kerentanan ini diperkuat oleh kecenderungan psikologis *sensation*

seeking pada konsumen muda (Byrnes & Hayes, 2013), yang kerap mengabaikan sinyal nyeri fisiologis demi mengejar tantangan sensori atau konten media sosial. Apabila kebiasaan iritatif ini berlangsung kronis tanpa edukasi gizi, peningkatan beban penyakit gangguan pencernaan dan penyakit tidak menular (PTM) pada kelompok usia muda berisiko menurunkan kualitas kesehatan masyarakat (Almatsier, 2010; Kemenkes RI, 2023).

Tingginya risiko keluhan lambung ini juga terkonfirmasi dari perilaku mitigasi medis responden, di mana 29,1% sampel mengaku rutin mengonsumsi obat penetral asam lambung (antasida) sebagai langkah antisipasi maupun pengobatan mandiri setelah menyantap kuliner pedas level tinggi. Lebih lanjut, 17,7% responden melaporkan bahwa keluhan nyeri perut yang dialami cukup mengganggu konsentrasi belajar maupun aktivitas kerja harian mereka.

Paradoks Kebijakan: Perlindungan Konsumen vs Pertumbuhan UMKM

Temuan di atas menyoroti pentingnya keseimbangan antara dukungan terhadap UMKM kuliner kreatif dan perlindungan kesehatan konsumen. Pertumbuhan gerai kuliner pedas populer seperti Mie Gacoan maupun UMKM seblak terbukti menjadi penggerak penyerapan tenaga kerja dan ekonomi kreatif digital yang menempatkan subsektor kuliner sebagai salah satu prioritas pengembangan UMKM industri kreatif di Provinsi Banten (Setyadi & Budiarto, 2020; Purwanto, 2022; Dewi et al., 2023). Namun, dari sisi perlindungan konsumen, penggunaan istilah level kepedasan yang bersifat subjektif (seperti "Level Setan" atau "Level Iblis" tanpa informasi takaran kepedasan yang terukur) membuat konsumen—khususnya remaja dengan riwayat dispepsia—tidak memiliki parameter objektif untuk menakar risiko iritasi lambung. Kondisi asimetri informasi produk pangan siap saji ini belum sepenuhnya selaras dengan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak atas kenyamanan dan keselamatan konsumsi sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Republik Indonesia, 1999).

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Konsumsi kuliner pedas viral pada sampel responden Gen Z di Provinsi Banten menunjukkan paradoks perilaku di tingkat mikro. Secara ekonomi mikro, 89,9% responden rela membelanjakan lebih dari Rp10.000,00 per transaksi demi mengejar pengalaman kuliner yang sedang tren. Sebaliknya dari sisi kesehatan, konsumsi berfrekuensi tinggi (>3

kali/minggu) meningkatkan risiko keluhan lambung hingga 3,81 kali lipat (p = 0,033).

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan desain potong lintang (*cross-sectional*) satu waktu, ukuran sampel yang kecil (n = 79) secara *purposive sampling*, serta belum diukurnya perubahan harga cabai antarwaktu. Temuan ini harus dibaca sebagai indikasi awal (*preliminary micro-level evidence*) pada sub-populasi Gen Z yang diteliti, bukan bukti bahwa konsumsi Gen Z memicu inflasi cabai secara makro di Provinsi Banten.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan keterbatasan studi ini, direkomendasikan tiga langkah kebijakan daerah serta agenda riset lanjutan:

(1) Standarisasi Informasi Level Kepedasan bagi Perlindungan Konsumen, di mana Dinas Kesehatan bersama pemerintah daerah mendorong pelaku usaha kuliner berjaringan untuk mencantumkan informasi takaran cabai atau panduan rentang Skala Scoville (SHU) serta peringatan risiko bagi penderita dispepsia/GERD pada daftar menu.

(2) Edukasi Literasi Gizi Digital, di mana Dinas Kesehatan dan Dinas Pendidikan mengintegrasikan edukasi mengenai batas aman konsumsi *capsaicin*, keteraturan pola makan, dan bahaya konsumsi obat antasida tanpa pengawasan medis ke dalam kampanye kesehatan sekolah dan kampus.

(3) Penguatan Kemitraan Pasokan UMKM Kuliner Lokal oleh Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan guna membantu efisiensi rantai distribusi lokal.

(4) Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal (*panel/time-series*) dengan sampel representatif skala provinsi untuk menguji elastisitas permintaan cabai secara komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alexandra, Y., & Choirisa, S. F. (2024). Food consumption experiences: A framework for understanding Gen-Z's behavioural intentions on Indonesian local cuisine. *Consumer Behavior Review*, *8*(1), e257506. https://doi.org/10.51359/2526-7884.2024.257506

Almatsier, S. (2010). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Gramedia Pustaka Utama.

Ao, Z., Huang, Z., & Liu, H. (2022). Spicy food and chili peppers and multiple health outcomes: Umbrella review. *Molecular Nutrition & Food Research*, *66*(22), 2200167. https://doi.org/10.1002/mnfr.202200167

Aulia, S., Rimbodo, D. S., & Wibowo, M. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi Nilai Tukar Petani (NTP) di Indonesia. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, *6*(1), 44–55. https://doi.org/10.33476/j.e.b.a.v6i1.

1925

Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2025a). *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Banten Desember 2024 (No. 01/01/36/Th. XIX, 2 Januari 2025)*. BPS Provinsi Banten. https://banten.bps.go.id/id/news/2025/01/02/59/nataru--inflasi-banten-m-to-m-sebesar-0-50-persen.html

Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2025b). *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Banten Desember 2025*. BPS Provinsi Banten. https://banten.antaranews.com/berita/367183/inflasi-banten-pada-desember-2025-067-persen-dipicu-cabai-rawit

Byrnes, N. K., & Hayes, J. E. (2013). Personality factors predict spicy food liking and intake. *Food Quality and Preference*, *28*(1), 213–221. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.09.008

Dewi, I., Husyairi, K. A., Fatimah, A. I. F., Harahap, G. R. R., Setyaningrum, P. A., Prisillia, V. P., Sitohang, E. A. N., Kusuma, A. H., & Cahyani, B. S. (2023). Marketing strategy and consumer satisfaction in Gen Z's purchasing decision (Study case at Mie Gacoan Bogor). *E3S Web of Conferences*, *454*, 03021. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345403021

Faqih, M. U., Ferianto, K., Ryandini, T. P., & Husada, S. (2025). Spicy food as a triggering factor for dyspepsia in female adolescents at SMP Negeri 3 Tuban. *International Journal of Midwifery Research*, *4*(3), 112–120. https://doi.org/10.47710/ijmr.v4i3.93

Gonlachanvit, S. (2010). Are rice and spicy diet good for functional gastrointestinal disorders? *Journal of Neurogastroenterology and Motility*, *16*(2), 131–138. https://doi.org/10.5056/jnm.2010.16.2.131

Handayani, D. I., & Prawoto, N. (2022). Analisis pengaruh inflasi makanan terhadap daya beli masyarakat miskin perkotaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *19*(1), 45–58.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas)*. Kementerian Kesehatan RI.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lestari, E., Prajanti, S. D. W., Wibawanto, W., & Adzim, F. (2022). ARCH-GARCH analysis: An approach to determine the price volatility of red chili. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, *8*(1), 90–103. https://doi.org/10.18196/agraris.v8i1.12060

Listiyani, F., Haque, M. G., & Nurochani, N. (2023). Pengaruh content dan review marketing TikTok terhadap keputusan pembelian makanan halal Gen Z. *Jurnal Ekonomi Efektif*, *5*(3), 494–503. https://doi.org/10.32493/jee.v5i3.29509

Mahmud, D., Heryanto, F. N., Muzaki, H., & Mustikasari, F. (2023). The influence of hedonic motivation, influencer marketing on purchase decision with FOMO as mediation. *International Journal of Professional Business Review*, *8*(11), e03834. https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.3834

Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.

Miftahuljanah, Sukiyono, K., & Asriani,

P. S. (2020). Volatilitas dan transmisi harga cabai merah keriting pada pasar vertikal di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Agro Ekonomi*, *38*(1), 29–39. https://doi.org/10.21082/jae.v38n1.2020.29-39

Nurjati, E. (2021). Price volatility of red chili peppers in Central Java. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, *5*(2), 152–167. https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v5i2.9754

Orea-Giner, A., & Fusté-Forné, F. (2023). The way we live, the way we travel: Generation Z and sustainable consumption in food tourism experiences. *British Food Journal*, *125*(13), 330–347. https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2022-0962

Parulian, F. E. D., & Wilda, M. S. (2026). Food commodity price volatility and its implications for food stabilization policy in Banten Province. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, *10*(1), 45–64. https://doi.org/10.56945/jkpd.v10i1.406

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Harvard Business Review Press.

Pradana, R. S. (2019). Efektivitas kebijakan fiskal daerah dalam pengendalian inflasi di Kota Serang. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, *3*(1), 1–12. https://doi.org/10.37950/jkpd.v3i1.50

Preciosa, Y. N., Sariyoga, S., & Sari, R. (2019). Dampak kebijakan penetapan harga acuan terhadap volatilitas harga cabai besar di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, *12*(1), 56–71. https://doi.org/10.33512/jat.v12i1.5535

Purwanto, A. (2022). Peran digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *9*(2), 112–120.

Putri, E. M. I., Mulyani, S., Rahmawati, R., & Cahyani, I. D. O. (2023). Patterns of diet-related practices and symptoms of gastroesophageal reflux among high school students: A cross-sectional study. *Malahayati International Journal of Nursing and Health Science*, *6*(5), 382–389. https://doi.org/10.33024/minh.v6i5.13156

Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Sekretariat Negara.

Santi, I., & Tjokrosaputro, M. (2024). Inovasi produk dan social media marketing terhadap intensi pembelian kopi pada Generasi Z di Jakarta: Ekuitas merek sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *8*(5), 1146–1160. https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i5.32427

Setyadi, S., & Budiarto, M. S. (2020). Potensi dan prioritas industri kreatif skala mikro, kecil dan menengah di Provinsi Banten. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, *4*(2), 118–128. https://doi.org/10.37950/jkpd.v4i2.107

Simamora, R. S., Sani, A. N., Nurhayati, N., Warti, L., Rahma, I. S., & Setiadi, F. (2025). Analisis risiko gangguan lambung pada pola makan pedas dan cara penanganannya pada Generasi Z di satu waralaba mie pedas di Kota Bekasi. *Jurnal Medicare*, *4*(3), 210–219. https://doi.org/10.62354/jurnalmedicare.v4i3.222

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukma, C. J., Sayuti, M., & Siregar, S. R. (2024). Peran keteraturan makan dan tingkat ansietas dalam kejadian dispepsia fungsional di SMAN 1 Lhokseumawe. *MAKES: Jurnal Ilmiah Manusia dan Kesehatan*, *7*(3), 346–355. https://doi.org/10.31850/makes.v7i3.2948

Sulaksana, J. (2020). Analysis of factors affecting the Farmer's Term of Trade of fruit farmers. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *466*(1), 012017. https://doi.org/10.1088/1755-1315/466/1/012017

Suryaningrum, D. A., Utami, E. Y., Lusianawati, H., & Thalib, N. (2023). Analysis of Generation Z consumer behavior in the food and beverage industry. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, *1*(07), 289–297. https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i07.461

Tuglo, L. S., Agordoh, P. D., Tekpor, D., Pan, Z., Agbanyo, G., & Chu, M. (2021). Food safety knowledge, attitude, and hygiene practices of street-cooked food handlers in North Dayi District, Ghana. *Environmental Health and Preventive Medicine*, *26*(1), 54. https://doi.org/10.1186/s12199-021-00975-9

Wardhono, A., Indrawati, Y., Qori'ah, C. G., & Nasir, M. (2020). Institutional arrangement for food price stabilization and market distribution system: Study of chili commodity in Banyuwangi Regency. *E3S Web of Conferences*, *142*, 05006. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014205006

Wijaya, S. (2019). Indonesian food culture mapping: A starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. *Journal of Ethnic Foods*, *6*(1), 9. https://doi.org/10.1186/s42779-019-0009-3

Willett, W. (2012). *Nutritional Epidemiology* (3rd ed.). Oxford University Press.